

المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم
معهد البحوث والدراسات العربية

الإعلام العربي و الإعلام الصهيوني

حافظ محمود

قسم البحوث والدراسات الفلسطينية

١٩٧٣



الإعلام العربي
و
الإعلام الصهيوني

المطبعة العالمية ١٦ ، ١٧ ش ضريح سعد بالقاهرة



المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم
معهد البحوث والدراسات العربية

الإعلام العربي و الإعلام الصهيوني

حافظ محمود

قسم البحوث والدراسات الفلسطينية

١٩٧٣

مفردات البحث

الموضوع | الصفحة

الموضوع	صفحة

المراجع

• الكتب المقدسة

• الدكتور عبد اللطيف حمزة : الإعلام فى صدر الإسلام — القاهرة ١٩٧٠

• الدكتور عبد اللطيف حمزة : الإعلام والدعاية - بغداد ١٩٦٨

• الدكتور صبرى جرجس : التراث اليهودى الصهيونى - القاهرة ١٩٧٠

Sergyei Nilus : Protocol of Zion

(الترجمة العربية لمحمد خليفة التونسى - تقديم عباس محمود العقاد - الطبعة الثانية - القاهرة - ١٩٦١)

Sigmund Freud : Moses and Monotheism, Inglish edition 1953, London.

Weiss Rosmarin : Jewish Survival, New York — 1954.

• صحف ودوريات أخرى .

بسم الله الرحمن الرحيم

تقديم

يقول علماء الإجتماع أن الإنسان كائن إجتماعي بطبعه ، وكل الآداب العالمية تشير إلى وحدة الفرد ، أي إضطرار الإنسان إلى العيش منفرداً ، باعتبارها مأساة لما فيها من مخالفة لطبيعة الإنسان . بل إن الإنسان قد وجد في هذا العالم وجوداً اجتماعياً باعتباره عضواً في أسرة تتألف منها جماعة ، وهو بفاعلية هذا الوجود كان دائم السعي إلى الحياة الاجتماعية في شتى صورها . ، ومنذ كان الإنسان إنساناً وهو في محاولات مستمرة للإندماج مع الآخرين أو لاندماج الآخرين في نفسه ، وعلى ضوء هذه الحقيقة الطبيعية في حياة الإنسان أصبح غير الإندماجيين في نظر علم النفس مرضى بمرض يسمونه الانطواء .

وليس شك أن الحياة الاجتماعية ليست قاصرة على الإنسان وحده ... فالمخلوقات كلها لها الحيوات الاجتماعية الخاصة بها .. لكن طبائع الحيوانات الاجتماعية تختلف باختلاف طبائع هذه المخلوقات — ثم تختلف عنها الحياة الاجتماعية عند الإنسان بأنها حياة أساسها الرغبة في التفاهم عن طريق العقل والوجدان ، وهو الطريق الذي ينفرد به الإنسان بين مخلوقات هذا العالم .

إن التفاهم بين الناس هو الأساس لكل العلاقات الإنسانية سواء كانت هذه العلاقات علاقات ثنائية أو علاقات جماعية ، فما من جزئية من

جزئيات الحياة الاجتماعية عند الإنسان إلا وكانت الرغبة فى التفاهم متصلة بها .. فهذا « التفاهم » هو أساس المشاركة فى الحياة الزوجية وفى الصداقات بمختلف أنواعها . . وهو أساس المشاركة فى الأعمال سواء كانت هذه الأعمال فى مجالات الاقتصاد أو السياسة أو الفكر . . ثم هو يعد هذا كله أساس العلاقات بين الأمم .

والتفاهم بين الناس يقوم على دعامتين : الإستعداد للإقناع من جانب ، والإستعداد للإقتناع من الجانب الآخر ، سواء كان أحد هذين الجانبين أو كلاهما فرداً أو جماعة ، وهاتان الدعامتان للتفاهم تنبعان أصلا من فطرة الإنسان بوصفه كائناً إجتماعياً قد تأسس كيانه على إعمال الفكر . . ولذلك كانت ولا زالت هاتان الدعامتان للتفاهم هما الشاطئان اللذان تتدفق بينهما تيارات الرأى العام فى كل زمان وكل مكان . .

* * *

ولقد تكلم علماء الإجتماع كثيراً عن تكوين « الرأى العام » قديماً وحديثاً .. متى كان وكيف كان .. ثم متى يكون وكيف يكون .. واتفقوا على أن الرأى العام فى زمان وفى مكان معينين هو التيار الفكرى للجماعة التى تعيش هذا الزمان فى حدود مكانية تتسع أو تضيق وفقاً للتفاعلات العامة التى تحيط بهذه الجماعة .

ثم طرأ على تفكير علماء الإجتماع سؤال هو : كيف ينشأ هذا التيار الفكرى ، وكيف يتحرك ، وكيف يتغير بتغير الزمان والمكان ؟

وفى مجال الجواب عن هذا السؤال بالإجابات التى أصبحت معروفة ومتداولة إجتماعياً — تفرعت عن هذا السؤال نفسه عدة أسئلة أخرى .

وفى كل محاولة للجواب عن سؤال منها تظهر طليعة من طلائع علم جديد هو علم « الإعلام ».

و « الإعلام » ككل علم ليس فيه من الإختراع بقدر ما فيه من المكتشفات التى تسفر عنها التجارب العلمية .

إن العلوم جميعاً لها أصول أو جذور كائنة بالفعل فى طبيعة الحياة .. بعض هذه الجذور قد اكتشفت وبعضها ما يزال على طريق الإستكشاف المبنى على التجارب والإختبار ... وما يجرى على سائر العلوم فى مسارها التاريخى قد جرى على علم الإعلام .... لقد وجدت أسرار هذا العلم فى طبائع الناس من خلال حياتهم الاجتماعية قبل أن يصبح الإعلام علماً نضعه تحت التجربة والاختبار .

فالإعلام — ككل العلوم ، قد نشأ على أنه معرفة من المعارف العامة ، ثم ما تلبث هذه « المعرفة » أن تخضع لتنظيمات العقل البشرى فتصبح «علماً» وهكذا أصبح الإعلام علماً ، لكنه ما يزال علماً تحت التجربة لحداثته العلمية رغم قدمه من الناحية العملية .

إن تجارب الحربين العالميتين الأولى والثانية وما تخللهما من استخدام سلاح الدعاية على نطاق ميدانى واسع ، وما ظهر بين فترتيهما من تطورات إجتماعية وسياسية واقتصادية فى حياة الإنسان — هذه التجارب بكل مناسيبها وما صاحبها وما لحق بها من تطورات عامة هى التى تحولت بالإعلام من دائرة المعارف إلى دائرة العلم القائم على تقنين المعرفة .

ولما كان الإعلام - كعلم - حديث العهد بالتكوين العلمى ، فإنه ما يزال من العلوم التى تحتاج إلى المزيد من التشخيص والتقنين ، وأغلب الظن أن علم الإعلام سيظل بهذه الحاجة طويلا نظراً للحركة الدائمة فى تكوين نظرياته تكويناً يخضع لحركة الزمن وما يجد على هذه الحركة من وسائل جديدة للاتصال الذهنى بين الناس .

فالإعلام ، وهذا شأنه ، كان إلى عهد قريب مجرد فرع من فروع الدراسات الاجتماعية العامة ، لكن هذا الفرع ما لبث ، تحت احتياجات المجتمع نفسه ، أن تحول إلى علم مستقل ، ثم ما لبث هذا العلم الجديد أن تفرعت منه فروع تتعدد الآن بتعدد وسائل الإعلام الحديثة المختلفة .

على أن هذا التطور السريع فى تكوين علم الإعلام لا ينبغى أن ينسينا حاجة هذا العلم إلى الشىء الكثير من الإضافات التى يستكمل بها أصوله وقواعده التى ما تزال تحت التجربة والاختبار حتى نصل بهذا العلم إلى قوانين ثابتة ، وأحسب أن عصرنا بالذات هو العصر الذى يسجل هذه القوانين ، ذلك أننا إذا قسمنا العصور تقسيما ذهنياً على أساس اهتمامات الإنسان فى الحياة العامة - فإننا سنخرج بنتيجة محددة ، هى أن هذا العصر هو عصر الإعلام ، بعد أن دخل الإعلام بمختلف وسائله فى كل مرافق الحياة العامة ، وفى كل منظمات الدول والجماعات ، وفى كل معارك الحياة ، سواء كانت معارك رأى أو معارك سلاح .

* * *

وليس شك أن المعركة الناشبة الآن بيننا وبين إسرائيل ، أو بتعبير على أعمق ، بين القومية العربية وبين الصهيونية - هى بالنسبة لنا أولى

المعارك التى تتطلب منا دراسة الإعلام علماً وعملا على طبيعة الأشياء ، لمصلحتنا القومية الخاصة بغير تحيز ، وللمصلحة العلمية العامة بغير مبالغة ... وهذا ماسنحاول فى هذا البحث محاولة بعضها مسبوق وبعضها غير مسبوق . راجين من الله أن يهب لنا جانباً من جوانب التوفيق فيما نحن مقدمون على بحثه .

أبريل سنة ١٩٧١

حافظ محمود

١ - المدخل إلى علم الإعلام

أصطلح علماء الإعلام على أن يصفوا هذا العلم الجديد بأنه « علم الاتصالات الإنسانية » . . وقد جاء هذا الإصطلاح نتيجة أبحاث كثيرة حول وظيفة هذا العلم ... وهى الأبحاث التى تلتقى عند نقطتين أساسيتين :

أولا — أن وظيفة علم الإعلام مدارها « الإتصال بالجماهير » .

ثانياً — أن الغرض من وظيفة علم الإعلام هو « اقتناع الجماهير » .

وعلى ضوء هاتين النقطتين الإساسيتين حدد الإعلاميون أصحاب المهام الإعلامية بأنهم فى هذا العصر :

* الخطيب .
* الكاتب .
* الصحفى .
* الملحق الصحفى .
* المذيع .
* موظف العلاقات العامة .

وليس شك أن أولئك لا يمثلون كل الوظائف الإعلامية .. فكل من يتولى أمراً من الأمور العامة يمكن أن يتحول إلى رجل إعلامى ، وكل مرفق عام يمكن أن يحوّل جانباً من نشاطه إلى شىء من الإعلام ... لكن الوظائف الست التى ذكرناها هى أقرب الوظائف إلى طبيعة الإعلام أو التخصص فيه .

الإعلام والتجربة

وإذا كان مكان علم الإعلام بين العلوم يشير إلى أنه من العلوم « النظرية » التى اصطلح المثقفون على تسميتها باسم « العلوم الإنسانية » فإن هذا العلم الجديد ، وفى التطبيق ، يمكن أن يسير جنباً إلى جنب مع العلوم التجريبية .

ذلك أن « الإعلام » كوظيفة إجتماعية لا يمكن أن يقتصر النشاط فيه على النظريات وحدها . . فالإعلام ، كعمل ، يعتمد دائماً على الحركة ، والحركة فى العمل الإعلامى تعتمد على ركيزتين :

الأولى — أن العمل الإعلامى يتابع الجماهير فى تحركاتها .

الثانية — أن طبيعة العمل الإعلامى تتغير بتغير الزمان والمكان .

ومعنى هذا أن العمل الإعلامى يتسع كلما اتسعت الميادين الجماهيرية التى يظهر هذا العمل فيها .

ومعنى هـــذا أن العمل الإعلامى يقوم على مخططات زمانية ومكانية . . فما يصلح منه لزمان أو مكان قد يصلح وقد لا يصلح لزمان أو مكان آخر . . بل أن ما يصلح منه لزمان أو مكان معين قد لا يصلح لنفس الزمان أو نفس المكان إذا تغيرت المواقف أو الظروف التى يتابعها العمل الإعلامى .

وهكذا نرى أن علم الإعلام ، وهو من حيث التقسيم العلمى ، واحد من العلوم النظرية ، إلا أنه من الناحية العملية يساير أساليب العلوم التجريبية التى تتشكل أوضاعها بأشكال الحياة العامة وما إليها من إحتياجات .

وسائل الإعلام وأدواته

على أن هذا التوصيف النظرى والعملى لعلم الأعلام لا يتعرض لكل الوسائل الإساسية فى الإعلام، أى الوسائل الأولية التى تعتمدعليها أية حركة إعلامية من أى نوع كانت ، وهذه الوسائل الأولية لوجود أى كيان إعلامى هى :

* وسيلة الإرسال .
* وسيلة الإستقبال .
* وسيلة العرض بين الإرسال والإستقبال .

فلابد ، إذن ، فى الإعلام من قوة دافعة بالكلمة أو الرأى من جانب إلى آخر . ثم قوة استعداد لاستقبال هذه الكلمة أو الرأى بأية صورة من صور الإستقبال ، ثم قوة قادرة على الجمع بين هاتين القوتين بحيث يلتقى الدفع مع الاستعداد لتقبله فى تيار واحد يسميه علماء الإعلام تيار الرأى العام .. ويعبرّون عن ذلك بقولهم أن « الإعلام والرأى العام وجهان لعملة واحدة » .

ومن هنا تبدو حقيقتان من حقائق علم الإعلام :

الأولى — أنه لا رأى عام بلا إعلام ، أو لا إعلام بلا رأى عام .

الثانية — أن وسائل الإعلام الأساسية تتفق إتفاقاً تاماً مع أدواته .

فإذا نحن تساءلنا كيف يتكون الرأى العام — نجد أن الإعلام وراء الجواب عن هذا السؤال .

وإذا نحن استعرضنا الأدوات الإعلامية مثل الإذاعة أو الصحافة نجد

أن هناك تطابقاً بين ميكانيكيتها وبين الوسائل الإعلامية ، وهى الإرسال والإستقبال وعوامل الوصل بينهما .

وهكذا جمعت الطبيعة بين الأسس الثلاثة التى يعتمد الإعلام عليها وبين التكوين الفنى للأدوات التى يعتمد عليها فى الوظائف الإعلامية المختلفة .

عصور الإعلام

الواقع أن الإعلام يعتبر « الواجهة » بالنسبة لكل حضارة . فكما تكون الحضارة يكون إعلامها . . وكما نقسم حضارة الإنسان إلى عصور ، فنقول : العصر الحجرى ، والعصر الفحمى ، وعصور الكهرباء ، ثم عصر الفضاء — كذلك نجد للإعلام فى تطوره عصوراً خمسة كعصور الحضارة . والعصور الإعلامية الخمسة هى :

١ — عصر الرمز .

٢ — عصر الحفر .

٣ — عصر الإعلام الفردى .

٤ — عصر الإعلام الجماعى .

٥ — عصر الصحافة ومشتقاتها .

ولعل التفسير العملى لهذه العصور الأعلامية الخمسة هو التفسير الذى نصل إليه بتحديد أدوات الإعلام فى مختلف العصور .

فنى العصور القديمة كان الإعتماد فى الإعلام على خمس هى : النار ، والطبول ، والحفر على الحجر ، والتسجيل على أوراق البردى ، ثم الإعلام بواسطة النداء الصوتى .

ثم جاءت عصور أخرى عدت فيها أدوات الإعلام هي : الخطابة ، الطباعة ، والإشارة الضوئية ، والإذاعة .

ونحن حين نتابع عصور الإعلام وتطور أدواته نخرج بنتيجتين :

الأولى : أن عصور الإعلام بدأت بالنار ثم انتهت إلى النور .

الثانية : أن الأدوات الإعلامية يتداخل بعضها في بعض على مدى العصور ، لكنها تأخذ في كل عصر سمة العصر نفسه وما طرأ عليه من تطور الوسائل العلمية أو العملية التي تحقق الاتصال الفكري بين الناس .

الأنبياء أعظم الإعلاميين

على ضوء ما أسلفنا من الحقائق التاريخية بالنسبة للاعلام نستطيع أن نقرر أن الإنسان كما هو اجتماعي بطبعه ، فإنه في نفس الوقت إعلامي بطبعه ، فما من إنسان إلا ويمكن أن يكون إعلامياً مرسلا ، وإعلامياً مستقبلا . أو إعلامياً موصلا عن طريق إرادته أو إرادة غيره من يتفاعل أو يتعامل معهم ككائن اجتماعي حي .

وفي هذا الضوء نفسه تبرز حقيقة من أقوى الحقائق في تاريخ الإعلام هي إن الرسل والأنبياء هم أقوى وأقوم وأخلد الإعلاميين في التاريخ الإنساني . . فما من نبي أو رسول إلا اعتمد في نشر دعوته على الإعلام . . وتتولد عن هذه الحقيقة حقيقة إعلامية أخرى هي أن الإعلام قوامه « الدعوة » .

ذلك أن ما من إعلامي إلا وله دعوة يدعو إليها . . . وإذا كانت الدعوات الإعلامية تنتهي عادة بانتهاء أصحابها أو بانتهاء أغراضها — فإن من بين هذه الدعوات دعوات لا تنتهي بنهاية حياة أصحابها . وتلك فقط ،

أو على وجه التحديد، هى دعوات الأنبياء والمرسلين التى تمتد بعدهم إلى ما شاء الله، لأن دعواتهم تعتمد فى الإعلام بها أو عنها على كتب مقدسة تستمد من قدسيتها صفة الخلود .

وإذا كانت الكتب السماوية كلها تحمل هذا الطابع الإعلامى المتميز، «فإن القرآن» بالذات يضيف إلى هذا الطابع المتميز أكثر من قانون من القوانين التى تحكم الآداب الإعلامية، مثل قوله :

* « وجادلهم بالتى هى أحسن » .
* « أدع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة » .
* « لكم دينكم ولى دين » .

فهذه الشواهد الثلاثة من القرآن تطابق تماماً أحكم السبل فى العمل الإعلامى .

ذلك أن من المبادىء الإعلامية السليمة أن الإعلام ينتعش كلما كان جو الحرية الفكرية منتعشاً، بل إن علماء الإعلام يرون أن حرية الفكر هى الوطن الطبيعى للإعلام — لأنها الدعامة الأولى التى يعتمد عليها الإعلامى فى تحريك الرأى العام ونقل الدعوة الإعلامية من ذهن إلى ذهن بين أذهان الناس .

أركان الإعلام الأربعة

بقى فى هذا المدخل إلى علم الإعلام أن نلقى نظرة سريعة على أركان الإعلام الأربعة وهى :

١ — الدعوة .

٢ — الدعاية .

٣ — الإشاعة .

٤ — الإعلان .

الدعوة : هى أسمى أركان الإعلام لأنها إعلام عن الحق فى مواجهة الباطل .

الدعاية : هى حركة الترويج للمذاهب سواء كانت هذه المذاهب خاصة أو عامة ، سواء كانت مذاهب حرب أو سلام ، وسواء كانت مذاهب فكر أو مذاهب حكم ، أو مذاهب عمل .

الإشاعة : هى الحركة الإعلامية المؤقتة التى تروج بحق أن بغير حق لغرض معين ، وهى الحركة التى تعتمد على ما يسمى فى هذا العصر باسم « الحرب النفسية » .

الإعلان : هو السبيل إلى لفت الأنظار لسلع أو منتجات تجارية أوغير تجارية بقصد اجتذاب الناس إلى هذه السلع أو هذه المنتجات فى زمان ومكان محددين .

وفى هذه الأركان الأربعة تختلف مذاهب علماء الإعلام .. فبعضهم يرى أن هذه الأركان كلها أركان إعلامية . وبعضهم ينزه الإعلام عن كل شىء إلا واجب الدعوة فقط .. ومهما كانت وجهات النظر المختلفة فى ذلك — فما من ركن من هذه الأركان الأربعة إلا وله صلة بالوسائل والأدوات الإعلامية . .

ثم يتوسط بعض علماء الإعلام بين مختلف وجهات النظر هذه فيسمون بعضها إعلاماً نظيفاً ويسمون البعض الآخر إعلاماً غير نظيف .. وما تزال الأبحاث حول هذا الموضوع مفتوحة أمام الباحثين .

٢ - الاعلام الصهيونى

وأساليبه القديمة

كلما فتح الإنسان ميداناً من ميادين المعارك بين الجماعات الإنسانية انفتح معه ميدان من ميادين الإعلام . . فالإعلام ، كتطبيق ، قد أصبح سلاحاً من أسلحة هذه المعارك . . واستطراداً على هذه القاعدة فإن المعركة القائمة بين القومية العربية وبين مزاعم القومية اليهودية التى تتمثل فى الحركة الصهيونية هى أولى المعارك بالدراسة الإعلامية فى الوقت الحاضر لصلتها المباشرة بنا ولصلتها المباشرة أحياناً وغير المباشرة أحياناً بالعلاقات الدولية كلها . . ولكى تكون هذه الدراسة قائمة على أسس علمية وأسس واقعية منظمة ينبغى أن نبدأ هذه الدراسة من أطرافها البعيدة أولا . . أى من الطرف المضاد . . ثم نستطرد بهذه الدراسة إلى الجوانب التى نعيش فيها .

على هذا الأساس سنبدأ بدراسة الإعلام عند العدو من قديم وما طرأ على إعلامه من تطورات أو مخططات مختلفة . . إن الدراسة على هذا الأساس لا تجلو فقط هذه المخططات بالنسبة لنا ، بل أنها فى نفس الوقت يمكن أن تعطينا نماذج أعلامية علمية تستحق الفهم العميق ومن هذا الفهم العميق نستطيع نحن أن نضع المخططات الإعلامية على أسس علمية سليمة .

الإعلام المضاد

إن الخطوة الأولى فى هذا البحث هى أن نضع أيدينا على طبيعة الإعلام الصهيونى . نقول « الإعلام الصهيونى » لتصحيح الخطأ الشائع بأن الإعلام المواجه للإعلام العربى هو الإعلام الإسرائيلى فقط . . ولتصحيح هذا الخطأ الشائع ينبغى أن نسجل الحقيقة الواقعية الآتية :

* الإعلام الإسرائيلى ليس إلا جزءاً محدوداً من الإعلام الصهيونى .

* الإعلام الصهيونى — الذى يعتبر الإعلام الإسرائيلى جزءاً منه يمثل شبكة إعلامية واسعة الأطراف فى محيط الإعلام الغربى المعاصر .

* الإعلام الإسرائيلى — كجزء غير منفصل عن الإعلام الصهيونى — يعتمد على :

(ا) إذاعة تل أبيب .

(ب) صحافة تل أبيب ، ومن أهمها صحيفتا « معاريف » و« ها آرتس » .

(ج) معهد الأبحاث الإعلامية وقياس الرأى العام فى إسرائيل .

(د) المد الإعلامى الذى توزعه حكومة تل أبيب على جميع مؤسساتها داخل إسرائيل وخارجها ، فلو أن معركة الإعلام بين العرب وإسرائيل كانت قاصرة على هذا الإعلام « الإسرائيلى » المحدد لكان هناك مجال واسع لتكافؤ الفرص الإعلامية من زمن بعيد ، ولمال ميزان هذا التكافؤ لصالح العرب فى وقت سابق .

لكن الحقيقة الواقعة أن الإعلام الإسرائيلى ، إنما يتحرك فى نطاق الإعلام الصهيونى الذى يملك الكثير من فرص الحركة فى أغلبية دوائر الإعلام الغربى منذ وقت بعيد يرجع إلى ما قبل قيام إسرائيل ذاتها ، وهى الفرص الإعلامية التى عاونتها بالفعل على هذا القيام الإسرائيلى قبل أن يملك العرب بعضاً من هذه الفرص .

إن الإعلام الصهيونى يعتبر من الناحية المادية البحتة شريكا بحق النصف على الأقل فى سائر المرافق الإعلامية فى العالم الخارجى كدور النشر داخل إسرائيل وخارجها .

والإذاعة والصحافة فى كل من أمريكا وأوربا الغربية والبلاد الأخرى التى كانت مغطاة بأجهزة الإعلام الغربى . . . وإن لنا أن نتصور بحق أن الإعلام الغربى إن كان جزيرة — فإن الإعلام الصهيونى هو شبه هذه الجزيرة .

وأول ما يلفت النظر فى الإعلام الصهيونى أنه يعتمد . كشكل إعلام . على وسائل ظاهرة ، لكنه ، دون كل إعلام ، يعتمد فى نفس الوقت على وسائل مستترة .

الوسائل الظاهرة فى الإعلام الصهيونى هى :

* ملكية المؤسسات الإعلامية .
* السيطرة على القوى البشرية فى الكثرة من أجهزة الإعلام الغربى .
* السيطرة على الكثير من مصادر تمويل أجهزة الإعلام ، وأهمها الإعلانات .

الوسائل المستترة فى الإعلام الصهيونى تتمثل فى الاحتكارات الكلية أو الجزئية فى الصناعات الآتية :

* الأفلام الخام التى تستخدم فى السينما والتليفزيون .
* صناعة الورق والأحبار التى تستخدم فى الطباعة عامة وطباعة الصحف خاصة .
* صناعة وهندسة آلات الطباعة .

من هذه الأبواب الظاهرة والمستترة تسلق الإعلام الصهيونى أسوار الإعلام الغربى، وفيما يلى ثلاثة مواقف من المواقف الدالة على هذا التسلق :

١ — إلى منتصف سنة ١٩١٧ كانت جريدة نيويورك تيمس ، أولى الصحف الأمريكية ، تعارض الصهيونية معارضة إجمالية . ثم ظهرت هذه المعارضة على وجه التخصيص عندما ظهر فى الأفق مشروع تصريح بلفور قبل إقراره من حكومة لندن فى ٢ نوفمبر سنة ١٩١٧ . وكانت حكومة لندن فى احتياجاتها إلى الدعم الأمريكى لموقفها من الحرب العالمية الأولى تتطلب تأييد حكومة وشنطن لهذا المشروع . فإذا بالإعلام الصهيونى يتحرك بسرعة فى اتجاه أمريكا مولياً عناية خاصة بموقف جريدة نيويورك تيمس . واستخدم الإعلام الصهيونى فى هذا التحرك وسيلة من وسائله المستترة ، وهى وسيلة التمويل عن طريق الإعلانات .. وفجأة وجدت جريدة نيويورك تيمس نفسها أمام أحد أمرين : إما أن تعترف من الإعلانات التى يتدخل الإعلام الصهيونى فى توزيعها ، وإما أن تظل مضربة عن قبول هذه الإعلانات .. وما زالت الدائرة أو الضائقة المالية تحيط بتلك الجريدة حتى فتحت صفحاتها لهذه الإعلانات . وبالتالى فتحت هذه الصفحات للدعاية الصهيونية ، حتى جاء الوقت الذى اختلط فيه الإعلام الصهيونى بالإعلام الأمريكى على صفات هذه الجريدة .

٢ — إلى نهاية الحرب العالمية الثانية التى انتهت فى مايو سنة ١٩٤٥ كانت الصهيونية تتستر وراء أجهزة متعددة فى منطقة الشرق الأوسط .. وذات يوم نشرت لى جريدة «السياسة الأسبوعية» مقالا صريحاً فى مناهضة التحركات الصهيونية التى كانت تتحفز إذ ذاك لإقامة إسرائيل على أرض فلسطين العربية .. وفى أعقاب نشر هذا المقال اكتشفت هذه الجريدة العربية القاهرية أنها تلاقى أشد الصعوبات فى الحصول على ورق وحبر الطباعة . وما إن عالجت هذه الأزمة حتى اكتشفت خللا فى آلة الطباعة

التى تتبعها وأن هناك ما يشبه الإضراب عن إصلاح هـذا الخلل من جانب المشتغلين الأجانب بهذه الصناعة . . ثم اكتشفت الجريدة أن أصابع الصهيونية كانت وراء هذا الموقف .. وقد أدى هذا الاكتشاف إلى إبعاد بعض الأجانب عن مصر عندما وضعت الجريدة تفاصيل هذا الموقف أمام السلطات الوطنية .

٣ ـــ فى السنة التالية للعدوان الإسرائيلى الأخير على الأراضى العربية حصل مندوبو التليفزيون الأمريكى على حديث من الرئيس الراحل جمال عبد الناصر ، واشترط عبد الناصر قبل الإدلاء بهذا الحديث أن يقول ما يريده صراحة وأن يذاع ما يقوله حرفياً . وكان له ما أراد .. لكن .. كيف تصرف الإعلام الصهيونى المتاخم للإعلام الغربى فى هذا الموقف ؟

لقد شاهد الجمهور الأمريكى الزعيم العربى جمال عبد الناصر على الشاشة الصغيرة وهو يقدم حقائق الموقف سافرة . . لكن . . على نفس الشاشة وعلى نفس الشريط ، بلغة الإذاعيين ، وفى نفس اللحظة ظهرت صورة الزعيم الإسرائيلى بن جوريون وهو يخاطب الجمهور الأمريكى ، وكأنه يغطى «جميع الحقائق» لجمهور التليفزيون الأمريكى !!

[ذهنيات الإعلام الصهيونى]

لقد أجملنا فيما سبق وسائل الإعلام الصهيونى الظاهرة والمستترة فى مختلف جوانبها المادية . . . لكن الإعلام الصهيونى له جوانب أخرى قد تكون أشد خطراً ، وهذه الجوانب هى الجوانب الذهنية فى هذا الإعلام . . وهى خمسة جوانب .

١ ـ الإعلام الديني .

٢ ـ الإعلام النفسي العام .

٣ ـ الإعلام العاطفي الخاص .

٤ ـ الإعلام السياسي .

٥ ـ الإعلام الاقتصادي .

وهذه هي الجوانب التي سنحاول إلقاء الضوء عليها فيما يلي .

٣ – جوانب الإعلام الصهيونى

إن إلقاء الضوء على مختلف جوانب الإعلام الصهيونى من الناحية الذهنية يكشف حقيقة لابد من إبرازها وهى إن هذا الإعلام قديم . . أقدم من الصورة السياسية التى نرى الصهيونية عليها الآن ، وأقدم من الصورة الإعلامية المتعارف عليها الآن . . . إن هذا الإعلام ، بمفهومه القديم ، قد بدأ يتحرك فى الدائرة اليهودية نفسها منذ بدأت هـذه الدائرة قديماً فى التشكل بشكل يختلف عن المنابت الأولى للديانة اليهودية ذاتها . . ولهذا كان الإعلام الدينى أول جوانب الإعلام الصهيونى فى التقسيم العلمى الذى نقسم به الإعلام الصهيونى على مدى الزمان .

الإعلام الدينى :

المعروف من التاريخ أن النسخة الأصلية للكتاب المقدس عند اليهود ، وهو التوراة ، قد اختفت من هيكل سليمان عندما حرق الرومان هذا الهيكل قديماً . . والمعروف أن أحبار اليهود بعد مرور أجيال على هـذه الواقعة التاريخية يقـدرها بعض المؤرخين بتسعمائة سنة — قد كتبوا التوراة من جديد . . كتبوها تحت ظروف سياسية كانت تتمثل فى الخلافات بين الفرق اليهودية ذاتها ثم بينها وبين الآخرين . . وليس شك أن هذه الظروف قد انعكست على ما كتبوه منسوباً إلى التوراة الأصلية ، فلم تجد الأجيال اليهودية بين أيديها إلا هذه التوراة الجديدة التى ألح

الأحبار ومن حولهم الفكر الصهيونى فى إقناع الناس بأن هذه هى التوراة ولا توراة سواها !

ويعتبر هذا الإلحاح أول تحرك إعلامى قامت به الصهيونية فى طورها القديم . . وزيادة فى هذا الإلحاح ظهر كتاب « التلمود » وأحيط من جانب الإعلام الصهيونى القديم بالجو الذى جعل من هذا الكتاب سنداً فى نظر اليهود على أن لهم « قومية » ضائعة يسعون إلى وجودها . . .

وقد ركز الإعلام الدينى الصهيونى عن طريق هذين الكتابين وما تفرع عليهما من مخترعات الفكر الصهيونى على ما يأتى :

* أن اليهودية دين وقومية !
* أن اليهود هم « شعب الله المختار !! »
* أن هناك شيئاً اسمه « أرض المعاد » !
* أن المقصود من « أرض المعاد » هو الانطلاق إلى سائر الأجواء العالمية .
* أن ثأر اليهود من غيرهم فضيلة !
* أن المفاهيم الخلقية المقررة عند غير اليهود ليست هى المفاهيم الصحيحة للأخلاق التى يتبعها اليهود !
* أن العلاقات الإنسانية سواء بين جماعة وجماعة أو بين المرأة والرجل لا بد أن تأخذ صورة أخرى غير ما اصطلح عليه الآخرون . وأن بعض المحرمات فى هذه العلاقات مباح لليهود وحدهم . ولا بأس من نشر هذه الإباحة بين الآخرين ما وجد اليهود سبيلا إلى ذلك لإحكام قبضة اليهود على غيرهم[1] .

---

(١) برتوكولات حكماء صهيون .

والواضح من تركيز الإعلام الصهيونى الدينى القديم على هذه النقط السبع كان موجهاً أول الأمر إلى الأجيال اليهوديه ذاتها ... لكن الفكر الصهيونى، بمرور الزمن قد اتجه إلى محاولة جديدة ظهرت منذ أربعة قرون ونصف قرن بظهور الحركة التى سميت بحركة الإصلاح الدينى عند المسيحيين : وهى الحركة التى قام بها «مارتن لوثر» وأسفرت عن ظهور المذهب البروتستنتى .

من خلال هذه الحركة ظهر أول اقتحام إعلامى دينى من جانب الصهيونية القديمة . وذلك بأخذ كل مظاهر التأييد لحركة مارتن لوثر حتى اطمأن البروتستانت إلى هذا التأييد اليهودى الاطمئنان الذى مكن الإعلام الصهيونى القديم من إقحام الكثير من أساطيره فى هذه الحركة .. وبذلك استطاع الإعلام الصهيونى القديم أن يخلق جواً من التعايش بين الفكر الصهيونى وبين جوانب الفكر المسيحى عند بعض الطوائف الغربية، وهو التعايش الذى استغلته الصهيونية فى إعلامها الدينى على أوسع نطاق ...

مرحلة تسييس الإعلام الدينى[1] :

وجاءت مرحلة تسييس الإعلام الصهيونى الدينى . . ولهذه المرحلة ما قبلها وما بعدها ، إلا أن من أبرز أعمال هذه المرحلة عملين : عمل إعلامى سرى موجه إلى اليهود بالذات . . وعمل إعلامى علنى موجه إلى المسيحيين بالذات .. وقد إختار الإعلام الصهيونى لكل من هذين العملين التوقيت المناسب له .

العمل الأول : هو وضع دستور سرى للحركة الصهيونية تختلط فيه الأساطير الدينية بالأهداف السياسية ، وهو الدستور الذى كاف زعماء

(١) أى مزج الإعلام الدينى بالسياسة .

الصهيونية أحبارهم بوضعه سراً فى نهايات القرن التاسع عشر ، ويعرف باسم « بروتوكولات حكماء صهيون » . وقد بلغ من شذوذ القوانين التى تضمنها هذا الكتاب بالنسبة لغير اليهود ، بل بالنسبة لغير الصهاينة ، إلى الحد الذى جعل الإعلام الصهيونى نفسه يقوم بحملة إنكار لما ظهر من نسخ هذا الكتاب ، وإن كان قليلا جداً ، فى أيدى غير اليهود ...

العمل الثانى : هو وضع كتاب فلسفى جديد فى أعقاب قيام إسرائيل يقصد به توجيه الرأى العام المسيحى ، وبخاصة فى أمريكا ، وجهة الاطمئنان إلى المزاعم الصهيونية . . . وقد وضعت هذا الكتاب الكاتبة الصهيونية الأمريكية « روز مارين »[1] بعنوان « البقاء اليهودى » .. ويدور البحث فى هذا الكتاب حول الفكرة الصهيونية من أن بقاء اليهود ـ بقاءهم على النحو الذى يصورونه ـ إنما هو ضرورة تاريخية لصالح المجتمع البشرى !

وفى هذا الكتاب الموجه بالطبيعة إلى العالم الغربى المسيحى تنتهى المؤلفة إلى هذه النهايات العجيبة :

• أن اليهود هم أصل الحضارة التى ينعم بها العالم الغربى قديماً وحديثاً :

• أن الكفاءات التى ظهرت فى تاريخ الحضارة بين القديم والحديث تغلب عليها الطبيعة اليهودية !

• أن الكفاءات اليهودية ، أو على الأصح الصهيونية . هى التى تؤمن على اقتصاديات العالم !

• أن اليهود بطبعهم هم أكبر مصادر الإبداع فى الفكر والفن والحكمة !

(١) مكان الطبع وتاريخه بنيويورك ١٩٤٩ .

وواضح من عنوان هذا الكتاب ومن النهايات التى انتهى إليها البحث فيه أنه عمل من أعمال تسييس الإعلام الدينى الصهيونى بقصد التعاطف مع الحركة الصهيونية فى أهدافها باعتبار هذه الأهداف حقيقة مزعومة تستحق التأييد من جانب الذين تدعى الصهيونية أنها هى التى أكسبتهم كل هذه المزايا الحضارية .

وقد ظهر أثر هذا الكتاب واضحاً فيما يرد أحياناً من وصف بعض الساسة الأمريكيين للإسرائيليين بأنهم « شعب حضارى » !

٤ ـ الإعلام الصهيونى

وأساليبه الحديثة

وقفنا فى الحديث السابق عند مرحلة « تسييس » الإعلام الدينى من جانب الصهيونية . . وقلنا إن هذه المرحلة كان لها ما قبلها وما بعدها . . ودراسة ما قبل وما بعد هذه المرحلة يكشف الغطاء عن الأساليب الحديثة فى الإعلام الصهيونى مهما كان وزن هذه الأساليب من القيم .. ولقد كانت ولا تزال هذه الأساليب تستهدف أمرين :

١ ـ تشكيك الآخرين فى معتقداتهم، سواء كانت معتقداتهم قديمة أو حديثة، لخلق جو من التفكك العالمى يعين الصهيونية على تحقيق أغراضها .

٢ ـ محاولة تعبئة عواطف الآخرين لتلك الأغراض بشتى الطرق .

لقد كان الإعلام الصهيونى فى طريقه إلى هذين الهدفين ينتقل من الإعلام الدينى إلى الإعلام النفسى ، وكانت لهذه النقلة مقدمات كثيرة بدأت منذ مائة سنة ، واحتوى فيها ، بمكر شديد ، بعض النظريات و بعض الشخصيات العلمية الحديثة . . وعلى ذلك بعض الأمثلة :

مقدمات الإعلام النفسى

• فى سنة ١٨٥٩ ظهر كتاب « أصل الأنواع » للعالم الإنجليزى « داروين » . وقد أكسب هذا الكتاب مؤلفه شهرة علمية واسعة . . وكان الإعلام الصهيونى وراء العمل على تحقيق هذه الشهرة لداروين وكتابه ونظرياته كوسيلة لاحتوائه . . وفى ظل هذا الالتفاف الإعلامى الصهيونى

حول داروين ونظرياته أخرج داروين كتابه الثانى فى سنة ١٨٧١ ، وهو كتاب « أصل الإنسان » . وقد ظهرت بصمات الفكر الصهيونى على هذا الكتاب الجديد بما ورد فيه من نظريات ظاهرها العلم وباطنها التشكيك فيم أوردته الكتب المقدسة عن أصل الإنسان .

« فى نفس هذه المرحلة ظهر الفيلسوف الفرنسى « رينان » داعياً إلى فلسفة السلام . . وظهر الفيلسوف الألمانى نيتشه داعياً إلى فلسفة القوة التى لا تستبعد استخدام العنف من أساليب الحضارة المعاصرة .

وبنفس الالتفاف الذى تحرك به الإعلام الصهيونى حول نظريات داروين قد التف هذا الإعلام حول نظريات نيتشه ورينان رغم معارضة هذا لذاك . . وكان هدف الإعلام الصهيونى من ترويج نظريات نيتشه هو تبرير فلسفة العدوان الصهيونى وكأنها رد على عنف الآخرين . . . أما هدف هذا الإعلام من ترويج نظريات رينان فقد وضح فى تسخير رينان نفسه فى حملة التهديد لكل من تحدثه نفسه بمعاداة السامية » .

وليس شك أن شعار « معاداة السامية » لم يكن إلا من مخترعات الإعلام الصهيونى لخلق معركة فكرية تحمى نشاط الصهيونية داخـــل أوربا وخارجها » .

وبهذا الاختراع الإعلامى من جانب الصهيونية استطاع الإعلام الصهيونى أن يتسلق بعض معاقل الفكر المسيحى على النحو الذى ظهر فيما بعد من محاولة تبرئة اليهود من دم المسيح ومحاولة إدخال الصهيونية فى عداد المذاهب الفكرية التى تدرسها بعض لجان المجمع المسكونى المسيحى . . وقد ظهر هذا واضحاً فى مؤتمر هذا المجمع الذى انعقد بمدينة نيودلهى فى سنة ١٩٦٤ .

الإعلام النفسى السافر

وهنا ينتقل الإعلام الصهيونى فى تاريخه إلى الإعلام النفسى السافر عن طريق العالم النفسى الشهير « فرويد » الذى عاش بين الثلث الأخير من القرن التاسع عشر والثلث الأول من القرن العشرين ، وكان احتواء عالم « السيكلوجى » فرويد أيسر على الحركة الصهيونية من سابقيه .. ذلك أن هذا العالم النمسوى قد نشأ بالفعل فى أسرة يهودية ، وقد ظهر طابع هذه الأسرة على تفكيره رغم تعمده الإعلان مراراً عن الحادة .. وقد استغل الإعلام الصهيونى هذا الإعلان لتغطية الحركة الإعلامية التى استغلت فيها نظريات فرويد .

ومن المعروف أن « فرويد » هو صاحب نظرية « التحليل النفسى » وإن كان بعض الباحثين يؤكد أنه قد نقل هذه النظرية عن غيره ، إلا أن الإعلام الصهيونى قد ألصق هذه النظرية باسم فرويد وحده لثلاثة أسباب :

الأول : أن فرويد يطابق فى نظرياته بين العلم الحديث وبين ما ورد فى كتاب اليهود « التلمود » عن الأحلام .

الثانى : إلصاق صفة مؤسس علم النفس الحديث باسم فرويد لإخفاء كل ما سبق إليه المفكرون العرب القدماء من إثبات الوجود النفسانى فى طبيعة الإنسان .

الثالث : إن فرويد يبرر فى نظرياته السيكلوجية إمكانية اللقاء الجنسى بين الذين تعتبرهم الأديان الأخرى من « المحارم » فى العلاقات الجنسية . وهو تبرير يطابق المذاهب الصهيونية .

وسواء كانت نظريات فرويد قائمة على منطقه العلمى الخاص أو كانت نابعة من انتمائه الأصلى لليهودية ـ فإن فى هذه النظريات محتويات صهيونية ظاهرة ، وبخاصة حينما خرج عن الخط السيكلوجى بإصدار كتابه عن « موسى والتوحيد » .

لقد حاول فرويد أن يؤكد فى هذا الكتاب نزعته الإلحادية ـ وسواء كان صادقاً أو غير صادق فى هذا الادعاء ـ فإن النتائج التى انتهى إليها فى هذا الكتاب تحت شعاراته السيكلوجية هى :

* أن الإنسان عدوانى بالطبع ، فلا داعى للإسراف فى النظريات الأخلاقية المضادة للحروب .

* أن الحرب فى مضمونها وسيلة بقاء وليست وسيلة فناء سواء للقوى البشرية أو للقوى التقدمية فى الحضارات .

* أن اليهود ـ تعقيباً على ماسبق ـ حين يحاربون إنما يمارسون أسلوباً « طبيعياً ! ! » لإزالة الاضطهاد عنهم .

ومهما كان احترامنا للجانب العلمى البحت فى حياة العالم النفسى فرويد ـ فإننا لانستطيع أن نعفيه من أنه بالتركيز على هذه النظريات كان قنطرة لانطلاق الإعلام النفسى للصهيونية . . وهى حقيقة يؤكدها تردد فرويد نفسه على بعض الاجتماعات السرية لمؤسسى الصهيونية الحديثة وصداقته العلنية لهرتزل مؤسس الصهيونية الحديثة فى سنة ١٨٩٦ وقد كان كلاهما مواطنين نمساويين .

٥ – الأسلوب العاطفى والأسلوب المادى

فى الإعلام الصهيونى

كان احتواء الإعلام الصهيونى لبعض نظريات عالم النفسيات فرويد نقطة الانطلاق إلى الجانب النفسى الحديث فى هذا الإعلام . . . كانت بداية هذا المنطلق الإعلامى الماكر هى الاعتماد على النظريات التى سجلها فرويد بوصفه عالماً وروج لها الإعلام الصهيونى بشتى الطرق . . . أما مسيرة هذا المنطلق فقد أخذت أشكالا أخرى تتمثل الآن فى الدعايات المغرضة للذين تأثروا تأثراً خاصاً بمدرسة فرويد من الشباب الغربيين الذين ينشرون بمساعدة الإعلام الصهيونى مختلف الأفكار المضادة لقيم المجتمع الإنسانى مثل جماعة « الهيبز » ومن سبقها ومن يقلدها فكراً أو عملا . . .

إن الترويج من جانب الإعلام الصهيونى المتداخل فى الإعلام الغربى لهذه الظواهر الاجتماعية الشاذة له هدف صهيونى محدد ، هو تحقيق فكرة التفكك العقائدى والاجتماعى ، وهى فكرة صهيونية بحتة قام عليها الدليل العلمى فيما سبق .

وليس صحيحاً أن هذه الظواهر الشاذة قد جاءت عفواً ، أو فجأة ، أو نتيجة فقط لواقع المجتمع الحالى . . . إن هذه كلها مبررات يبرزها الإعلام الصهيونى من وراء ستار . . أما الحقيقة فتبدو واضحة من متابعة الحركة الأدبية والفنية فى عالم الغرب على إثر ظهور نظريات فرويد وما لحق بها من تخريجات فكرية تعمد الإعلام الصهيونى أن يسبغ عليها صفة « العصرية » .

من هذه المتابعة ، بنظرة علمية ، للإنتاج الفنى أو الأدبى فى عالم الغرب المشحون بالإعلام الصهيونى نستطيع أن نلمح انعكاسات نظريات فرويد على هذا الإنتاج . وليس شك أن الكثير من هذه الانعكاسات كان نتيجة جو إعلامى صهيونى تغلفه أستار الفن والأدب دون أن يتبين أهل الفن والأدب أنفسهم أنهم يعكسون أغراضاً صهيونية .

إننا نستطيع الآن أن نتبين هذا بوضوح وبكل ما فيه من حسن النية لبعض أصحاب هذا الإنتاج منذ أكثر من جيل ، كما يبدو ذلك ، على سبيل المثال ، فى قصة « الزنبقة الحمراء » لكاتب فجر القرن العشرين فى فرنسا أناتول فرانس . . وهى القصة التى ترتكز فيها عقدة الرواية ، على ما كان فرويد قد أعلنه من وجود مرضى « السادزم » أى العدوان الجنسى ، و « الماشوزيم » أى تقبل هذا العدوان .

وقد كتب أناتول فرانس هذه القصة فى مرحلة انضمامه إلى الحركة الاشتراكية فى فرنسا ، وهى الحركة التى تدخل فيها الإعلام الصهيونى فى الخفاء دون أن يدرى مفكرو هذه الحركة ، كأناتول فرانس ، أنهم ضحايا فكرية لبعض أغراض الإعلام الصهيونى المبرقع . . إلا ان الإنتاج الفنى لبعض هؤلاء المفكرين كان المقدمة الذهنية للتحلل الخلق الذى سعى إليه الإعلام الصهيونى بوسائله الظاهرة والمستترة تمهيداً للمرحلة التى يثب فيها هذا الإعلام على المخططات الفكرية فى عالم الغرب لبث الأفكار الصهيونية ، كما حدث بالفعل فيما بين نهاية الحرب العالمية الثانية سنة ١٩٤٥ وحرب الشرق الأوسط فى سنة ١٩٦٧ .

وكانت هذه هى مرحلة الإعلام الصهيونى النفسى ، وقد اتسمت هذه المرحلة فى العالم الغربى بما يأتى :

* ازدياد الجرائم الجنسية .

• توصيف الجرائم الجنسية من جانب مرتكبيها توصيفاً اجتماعياً وفلسفياً .

• الخلط بين الجرائم الجنسية وبين بعض الآراء السياسية المتطرفة عند الشباب .

• محاولة نقل هذه الموجة من شباب الغرب إلى غيرهم من شباب العالم .

وهذه المرحلة من مراحل الإعلام النفسى عند الصهيونية هى التى تسميها بمرحلة الإعلام العاطفى .

الأسلوب المادى

وإن كانت مراحل الإعلام الصهيونى السابقة تعتمد غالباً على تحريك الجوانب المعنوية عند الآخرين نحو الأغراض الصهيونية — فإن هذه المراحل جميعاً تتجمع بكل أسبابها ونتائجها عند الأسلوب المادى الذى عمد إليه الإعلام الصهيونى ، وهو الأسلوب الذى ظهر بين الحربين العالميتين الأولى والثانية على مستويين : المستوى السياسى ، والمستوى الاقتصادى .

على المستوى السياسى : تدخل الإعلام الصهيونى سنة ١٩١٧ فى جر أمريكا إلى الحرب بعد أن كانت الولايات الأمريكية المتحدة تقف فى سياستها بمعزل عن تلك الحرب . . وكانت وسيلة الإعلام الصهيونى « السياسى » إلى ذلك هى تعبئة الرأى العام الأمريكى عن طريق الصحافة والإتصالات المباشرة لأن تأخذ أمريكا زمام المبادرة لتصفية الحرب العالمية الأولى عن طريق الإشتراك فيها اشتراك « المتفضل » الذى يغدو

له حق المشاركة « السامية » فى وضع الأسس الدولية التى تلى فترة الحرب . . .

وقد أغرى الإعلام الصهيونى السياسى الرئيس الأمريكى ويلسن سنة ١٩١٧ بهذا الرأى . وكان ثمن موافقته على المساعى الصهيونية رياسته لمؤتمر السلام عقب إعلان الهدنة فى ١١ نوفمبر سنة ١٩١٨ ... أما الثمن الذى تقاضته الصهيونية على هذه المساعى فهو تأييد أمريكا لتصريح بالفور الصادر لحسابها من حكومة لندن .

وعلى المستوى الاقتصادى : نشط الإعلام الصهيونى لإقناع الرأى العام بين حلفاء أوربا الغربية خلال الحرب العالمية الأولى بأنه لولا بيت « روتشلد » اليهودى وما قدمه من قروض خلال سنى الحرب إلى كل من بريطانيا وفرنسا لعجز أولئك الحلفاء عن مواصلة الحرب . وعلى ذلك ملاحظتان :

الأولى : أن الإعلام الصهيونى الاقتصادى أغفل الأعباء التى كانت تقع على المواطنين فى كل من بريطانيا وفرنسا لتظهر قروض روتشلد وكأنها عملية إنقاذ .

الثانية : أن الضجة التى أثارها الإعلام الصهيونى الاقتصادى حول هذا الموضوع حملت حكومة لندن على أن توجه تصريح بالفور إلى روتشلد شخصياً كمكافأة له ، أو للصهاينة فى شخصه .

أما فى الحرب العالمية الثانية وما تلاها فقد ارتكز الإعلام الصهيونى الاقتصادى على ركيزتين :

الأولى : الزعم بأن الاضطهاد الذى أصاب اليهود فى ألمانيا الهتلرية

كان فى عداد حساباته أن الصهاينة قد اشتركوا فى تخريب الاقتصاد فى ألمانيا الهتلرية لحساب حلفاء الغرب .

الثانية : أن الحرب العالمية الثانية قد أدت إلى خروج دول الاستعمار ، عسكرياً ، من كثير من الأراضى التى كانت تحتلها وأن الاقتصاد الصهيونى يمكن أن يكون البديل لهذا الاستعمار بالاتفاق مع مراكز القوة الاقتصادية فى العالم الغربى .

وعند هذه النقطة الأخيرة يجدر بنا أن نقف وقفة دراسية أمام اصطباغ الإعلام الصهيونى بالصبغة الاقتصادية . . . وهو أمر يظهر بوضوح فى التغلغل الاقتصادى ، علناً فى بعض الأحيان وسراً فى كثير من الأحيان ، فى أسواق التجارة داخل عدد من الدول الأفريقية التى استقلت أخيراً . . وفى هذه الدراسة نقدم المثل الآتى :

كانت إحدى الدول الأفريقية النامية قد تعاقدت مع دولة صديقة لها على إستيراد صفقة كبيرة من الدراجات ، وسلمت الدولة الصديقة إلى هذه الدولة الأفريقية النامية ما طلبت . . لكن الناس فى هذه الدولة قد لاحظوا أن الدراجات المستوردة من أصدقائهم مطلية باللون الأسود وهو طلاء غير مألوف أو غير مرغوب فيه عند أولئك الناس . . وسرعان ما تدخل الإعلام الاقتصادى الصهيونى تدخلا أسفر عن إستيراد صفقة دراجات أخرى مطلية دراجاتها باللون الأحمر الذى يقبل عليه جمهور هذه الدولة . . وكانت الجهة المصدرة هى إسرائيل .

ولكى تدرك دقائق هذه الواقعة التى وقعت فى منتصف الستينات ينبغى أن نواجه حقيقة إعلامية خطيرة ما تزال قائمة فى أكثر من ركن من أركان أفريقيا :

هذه الحقيقة أن وسائل الإعلام فى كثير من الدول الأفريقية المستقلة حديثاً — وهى الوسائل التى تتلخص فى المؤسسات الصحفية — لم تكن ما قبل عصر الإستقلال فى أيدى الأفريقيين . كانت غالبيتها الساحقة فى أيدى الصحفيين الغربيين سواء من ناحية التمويل أو اللغة أو الأيدى العاملة فى التحرير والإخراج .. وكان الإعلام الصهيونى منذ قيام إسرائيل فى سنة ١٩٤٨ يتسرب شيئاً فشيئاً إلى هذه المؤسسات الصحفية . إما عن طريق الخامات وإما عن طريق المشاركة فى التحرير . .

إن المؤسسات الصحفية فى أفريقيا ما يزال ٣٧ فى المائة منها ، حتى الآن ، واقعاً تحت تأثير هذه المشاركة . .

* * *

وإلى هذا الحد نكون قد ألقينا الضوء على جميع جوانب الإعلام الصهيونى بكل أساليبه العاطفية والمادية .

٦ — الاعلام العربى

والمؤامرة التى واجهها

كانت الإحاطة بكل جوانب الإعلام الصهيونى ضرورة علمية للدخول فى دراسة الإعلام العربى .. فالإعلام إنما ينشأ أصلا فى مواجهة شىء . وليس هناك شىء فى مواجهة الإعلام العربى أخطر من الإعلام الصهيونى... إن هذين الإعلامين كانا وسيكونان دائماً فى حالة مواجهة مهما تقابلت أو تنافرت وسائل وأهداف كل منهما .

وإذا كانت دراسة الإعلام الصهيونى قد أدخلتنا فى تفاصيل متعددة قد نحتاج أو لا نحتاج للدخول فى مثلها بالنسبة لدراسة الإعلام العربى ، فلأن مقتضيات البحث تحتم علينا أن نعرف ، بكل ما هو أقرب إلى الدقة ، ما هو موقف الإعلام العربى .. أين هو .. وماذا هو .. وكيف وفيما يتحرك على ضوء البحث العلمى .

وأول ما ينبغى أن نتعرف عليه ما يأتى :

- ما هى الفرص التى كانت أمام كل من الإعلامين العربى والصهيونى .
- ما هو مدى الإفادة من الفرص التى أتيحت لكل من هذين الإعلامين .
- ما هى الظروف التى عاش فيها سواء من الناحية الزمانية أو المكانية لكل منهما .
- ماذا كان حظ كل إعلام من هذين الإعلامين من تكافؤ أو عدم تكافؤ الفرص .

• كيف عالج كل منهما التكافؤ وعدم التكافؤ فى الفرص .

وعلى ضوء هذه القواعد الأساسية للبحث ينبغى أن تكون النظرة العلمية إلى الإعلام العربى . . وسنجد وراء هذه النظرة أن كل ما قلناه أو فصلناه عن الإعلام الصهيونى كان مادة أساسية لازمة لدراسة الإعلام العربى .

إن ما قلناه أو فصلناه فى دراسة الإعلام الصهيونى يغنينا عن كثير فى دراسة الإعلام العربى . لأنه يبين لنا الخط المضاد لهذا الإعلام وطريقة المسار فيه سواء بالنسبة للماضى أو الحاضر أو المستقبل . . وفى هذا المسار تبدو الحقائق الآتية :

• إن مواجهة الدبلوماسية للدبلوماسية بلا إعلام تعتبر عملا ، من أعمال الضياع .

• إن مواجهة الجيوش للجيوش بلا إعلام تعتبر مخاطرة غير مأمونة .

• إن مواجهة نقط الضعف بلا مواربة فى مسار الإعلام تعتبر سبيلا إلى القوة .

وقد ترتب على ثبوت هذه الحقائق فعلا أن الدبلوماسية العربية الحديثة عرفت طريق الإعلام ، وأن المواجهة العسكرية من جانب العرب قد تنبهت إلى أخطار هذا الطريق . . وبقى على الدراسات الإعلامية العربية أن تحدد مراكز الضعف فى الإعلام العربى قبل الإشادة بمراكز القوة فيه بعد أن ثبت بالبحث أن معرفة نقط الضعف هى أول الطريق إلى مراكز القوة فى أية تحركات عامة . وفى مقدمتها التحركات الإعلانية .

قيود على الاعلام العربى

يعيننا على إدراك نقط الضعف فى الإعلام العربى أننا لم نكن السبب المباشر لها .. كان السبب المباشر لها ما أحاط العالم العربى قبل المرحلة التاريخية التى نعيشها من قيود الاستعمار . وأمامنا مثلان صارخان من أمثلة هذه القيود :

المثل الأول : بينما تحركت القوى الوطنية المصرية فى أعقاب الحرب العالمية الأولى فى شهر نوفمبر سنة ١٩١٨ للمطالبة بالاستقلال ، وعندما تابع المواطنون فى مصر هذه الحركة متابعة بلغت مبلغ الثورة فى شهر مارس سنة ١٩١٩ — ماذا كانت تملكه وسائل الإعلام المصرية خلال هذه الأشهر ؟

لاشىء ! ... لقد كانت الصحافة المصرية تحت الرقابة الإنجليزية .. كانت الصحف خلال هذه الأشهر الأربعة تصدر وبعض أنهارها أبيض لا حرف فيه وسائر الأنهر لا إشارة فيها إلى هذه الحركة !!

المثل الثانى : ما حدث قبل ذلك بعام بالنسبة لفلسطين .. لقد صدر تصريح بلفور فى ٢ نوفمبر سنة ١٩١٧ .. صدر فى لندن .. لكن من الذى سمع به يومئذ فى القدس ؟

لا أحد غير اليهود الذين صدر هذا التصريح لصالحهم والإنجليز الذين أصدروا هذا التصريح وبعض طلاب الحكم الذين كانوا يدورون فى الفلك البريطانى . وحتى هؤلاء ، كان مدى علمهم به موصوفاً بالوصف الذى أرادت بريطانيا أن تقنعهم به !

هذان المثلان الصارخان يمثلان انعدام الفرص الإعلامية إذ ذاك ،

وإذ ذاك ليس ببعيد ، إنه منذ نصف قرن فقط ، بالنسبة للعرب ، بينما كان الإعلام المضاد لا يملأ الفرصة فقط ، بل وسيستطيع أن يصنعها ..

ولهذا فإن أى باحث فى الإعلام العربى لا يمكن أن تخالجه أية شبهة ضمير وهو يشخص نقط الضعف فى هذا الإعلام ، وهى النقط التى نلتزم فيها الجانب الفنى البحت .

وتتلخص نقط الضعف فى :

١ — النقص الظاهر فى وجود صحافة عربية تنطق باللغات الأجنبية التى تصلح لمخاطبة من يخاطبهم الإعلام العربى فى معاركه سواء كانت هذه الصحف داخل العالم العربى أو خارجه .

٢ — عدم الالتفات إلى أهمية المحللين النفسيين فى وضع مخططات الإعلام العربى .

٣ — عدم الالتفات إلى أهمية الدور الذى ينبغى أن تقوم به أجهزة إعلامية مسيحية عربية فى مواجهة الإعلام الدينى الصهيونى فى العالم الخارجى المسيحى .

٤ — التورط فى الماضى أحياناً فى استئجار مساحات من بعض صفحات الصحف الأجنبية بقصد نشر البيانات العربية فى هذه المساحات .. وقد كانت هذه الوسيلة عكسية النتائج لأنها كانت تعطى الفرصة للإعلام المضاد بأن هذه البيانات ليست إلا إعلانات « مأجورة » لا تستحق الالتفات .

مقاومة الإعلام العربى

لكن . . . هل كانت هذه هى الحال دائماً بالنسبة للاعلام العربى فى مراحله الأخيرة ؟

الواقع أن الإعلام العربي كانت له في بعض هذه المراحل جولات مضادة لمثل هذه الأخطاء الفنية في الإعلام . . فقد عرف الإعلام العربي في الأجيال القريبة الماضية الأنشطة التالية .

. تحركات الداعية الإسلامي العربي المصري الأستاذ محمد عبده بين بلاد الوطن العربي وبين أوربا الغربية في ثمانينات القرن التاسع عشر مع المصلح الإسلامي جمال الدين الأفغاني ، وإنشاءهما جريدة « العروة الوثقى » في باريس .

. تحركات الداعية العربي السوري السيد عبد الرحمن الكواكبي التي غطت معظم مساحات آسيا وأفريقيا لشرح القضايا العربية في أواخر القرن التاسع عشر .

. اعتماد الزعيم المصري مصطفى كامل في فجر القرن العشرين في إعلامه على صحيفتين أنشأهما باللغة الإنجليزية واللغة الفرنسية في القاهرة وهما جريدتا « ذي استاندر » و « لى تاندار » .. وتكرار جولاته الإعلامية في وربا والخطابة فيها باللغة الفرنسية .

* اشتراك السياسي المصري محمد فريد في بعض الحركات الإعلامية الأوربية خلال الحرب العالمية الأولى بقصد وحدة الفكر الحر في مواجهة الإستعمار .

* المؤتمرات الوطنية التي عقدها الدعاة السوريون والفلسطينيون والمصريون في أكثر من عاصمة من عواصم أوربا خلال تلك الفترة .

* المؤتمرات الصحفية التي كان يعقدها الزعيم المصري سعد زغلول في كل من لندن وباريس فيما بين سنتي ١٩١٩ ، ١٩٢١ . وتشجيعه على إنشاء صحف فرنسية اللغة تصدر في القاهرة .

هذه الأنشطة وما شابهها دليل مادى على أن الإعلام العربى لم يكن فى كل مراحله التاريخية القريبة العهد بنا إعلاماً ناقصاً . . . . وبثبوت هذه الحقيقة تظهر الحقيقة الخطيرة الأخرى فى تاريخ الإعلام العربى المعاصر ، وهى حقيقة محاصرة هذا الإعلام بقوة البطش ، لا بقوة الإعلام المضاد فى الوقت الذى اختاره الآخرون لدفع عجلة الصهيونية إلى نقطة إرتكازها على أرض فلسطين المغتصبة .. وكان هذا الوقت بالذات هو الذى سارت فيه سياسة الحرب العالمية الأولى لصالح الصهيونية التى حصلت على وعد بالفور . ثم لصالح الإستعمار الذى اقتسم فى خواتيم هذه الحرب السلطان على العالم العربى ، ووثق هاتين النتيجتين بتصديق مؤتمر الصلح ومجلس عصبة الأمم على هاتين النتيجتين . . .

فى هذه الفترة بالذات خنقت السلطات الغاشمة بقوتها أعناق الإعلام العربى . . . . لكن هذا الإعلام ما زال يقاوم هذا الإختناق شيئاً فشيئاً حتى بدأ يتنفس من جديد مستفيداً الشىء الكثير من أخطاء الماضى وتجربته .

٧ ـ الاعلام العربى الحديث
وتجربة الخطأ والصواب

ليس من شأن الدراسات العلمية أن تخلق المعاذير لأحد ، لكن من أهداف هذه الدراسات أن تبرز التجربة بكل ما فيها من خطأ وصواب .. وهذا ما حاولناه فى الحديث السابق قبل أن ننتقل فى هذا الحديث إلى ما دخل فى الإعلام العربى الجديد من نتائج هذه التجربة .

إن ما حدث على الصعيد العربى منذ العدوان الثلاثى على مصر فى سنة ١٩٥٦ وما تلا ذلك من الأحداث التى اجتاحت العالم العربى قد طوى صفحة الإعلام العربى السابق وفتح صفحة جديدة لإعلام عربى جديد ..

فالإعلام العربى الجديد هو فى الواقع وليد نصف جيل . . لكن هذا الوليد الجديد قد ورث أشياء كثيرة بعضها لصالحه وبعضها فى غير صالحه . ولقد تناولنا فى الحديث السابق بالصراحة العلمية ما لم يكن فى صالح هذا الإعلام . . أما فى هذا الحديث فسوف نسجل للإعلام العربى الحديث صورة من صور الوثبة الجديدة فى هذا الإعلام . . ولكى تكون هذه الصورة واضحة لابد من التقديم لها بما يأتى :

* أن نضع فى الاعتبار عمر الإعلام العربى المعاصر بالنسبة لغيره وبالنسبة لنفسه أيضاً .

* أن نضع فى الإعتبار أننا هنا نعطى « صورة » ولسنا نقدم تقريراً شاملا .

* أن هذه الصورة إن ظهرت من بعض جوانبها صورة مصرية فلسبب

متفق عليه هو أن الإعلام « المصرى » فى المراحل التى نتحدث عنها إعلام « عربى » يملكه كل عربى .

* إننا نرسم هذه الصورة من عناصر واقعية بلا تعليق على هذه العناصر ليظل البحث محتفظاً بطابعه العلمى .

وتتألف عناصر الصورة الجديدة للإعلام العربى فى مواجهة الإعلام المضاد من :

١ — عناصر إذاعية .

٢ — عناصر صحفية .

٣ — عناصر فردية .

٤ — عناصر جماعية .

فى العناصر الإذاعية : نذكر أن إذاعة القاهرة مزودة الآن ببرامج الإذاعات الموجهة التى تخاطب العالم الخارجى بأربع وثلاثين لغة ، منها اللغات السائدة فى أوربا وأمريكا : كالإنجليزية والفرنسية والروسية والإيطالية والأسبانية والألمانية . . ومنها اللغات السائدة فى بعض بقاع أسيا وأفريقيا كاللغة الأردية والأندونيسية ولغات السواحل فى أفريقيا ، الخ الخ .

وقد أعدت إذاعة القاهرة لهذه البرامج منهجين : منهج هندسى ييسر سماع صوت القاهرة فى مختلف أنحاء العالم .. ومنهج ذهنى بتقديم البرامج التى تهم كل بلد من بلاد العالم حول نشرات الأخبار .

وأفردت إذاعة القاهرة إلى جانب هذا كله موجات خاصة لإذاعة عبرية تخاطب العدو بلغته فى عدة برامج سياسية وفنية موجهة .

فى العناصر الصحفية : قامت تحركات واسعة النطاق من جانب الصحفيين العرب ، فلم يعد الصحفى العربى يمارس مهامه من عاصمة بلده وحدها . بل أصبحت البعوث الصحفية إلى جميع أنحاء العالم كالبعوث الدبلوماسية لا تتجاوز عن أية منطقة من مناطق العالم .. فضلا عن الإشتراك الإيجابى من جانب الصحفيين العرب فى كل المؤتمرات الدولية للصحافة والمشاركة فى وضع قراراتها مشاركة أفاد منها الإعلام العربى الشىء الكثير .

فى العناصر الفردية : استطاع مؤتمر الطلبة المبعوثين فى الخارج الذى انعقد باسكندرية منذ سنوات أن يضع مخططات إيجابية لأفراد هذه البعوث فى صلاتهم الخاصة بمن يخالطونهم فى الخارج .. فإذا عرفنا أن هؤلاء المبعوثين يعدون بعشرات الألوف وأنهم منبثون فى جميع أنحاء العالم — فإن هذه العناصر كانت عاملا فعالا فى وثبة الإعلام العربى الجديد .

فى العناصر الجماعية : التى يمكن أن نسميها باسم « العناصر العامة » ظهرت فى أعقاب عدوان ١٩٦٧ الإسرائيلى عناصر جديدة تخدم الإعلام العربى بطريق غير مباشر وإن كانت أقوى من بعض العناصر المباشرة . وهذه العناصر هى :

* حركات الإتصال التى تتصلها أجهزة المجلس الأعلى للشئون الإسلامية فى القاهرة بشباب من ثلاثة وسبعين شعباً ، وتجاوب أولئك الشباب مع هذه الحركات .

* الإعداد الجديد لأجهزة هيئة الإستعلامات فى القاهرة وتنسيق

العمل بينها وبين أجهزة الإستعلامات فى العالم العربى .. والأشرطة والمصنفات التى تعدها هذه الهيئة بمختلف اللغات ووضع خطط توزيعها فى الخارج .

• الدراسات التى تعدها أجهزة جامعة الدول العربية لمؤتمرات وزراء الإعلام من جهة ولمكاتب الجامعة فى الخارج من جهة أخرى .

• إضافة مادة الإعلام إلى مواد الدراسة فى معهد الدراسات العربية التابع لجامعة الدول العربية .

• ظهور معهد جديد للإعلام بجامعة القاهرة .

هذه كلها خامات جديدة فى التطبيق العلمى للاعلام العربى ... وهو التطبيق الإعلامى الذى ساعد على ظهور تيارات فكرية جديدة فى المعركة بين العرب وإسرائيل . وهى التيارات التى نلخصها فيما يلى كوثيقة من وثائق الوثبة الجديدة فى الإعلام العربى :

١ — الزيادة الشاملة فى عدد الأصوات التى تصوت الآن فى الأمم المتحدة إلى جانب العرب .

٢ - ميل ميزان الصحافة العالمية لصالح العرب وتوجيهها النقد لإسرائيل ، وهى ظاهرة لم يعرفها الإعلام الغربى إلا الآن .

٣ — النداء العالمى الذى أذاعه الفاتيكان باسم البابا بول السادس منذ فترة قصيرة داعياً فيه إلى حل مشكلة الشرق الأوسط حلا سلمياً وصيانة مقدسات القدس ورعاية حقوق الفلسطينيين العرب فى بلادهم . وهو أول نداء بابوى من نوعه بهذا الأسلوب منذ قيام إسرائيل .

٤ — تعليق جريدة الفاتيكان على نداء البابا وصداه فى إسرائيل بما يعتبر هجوما على السياسة الإسرائيلية غير مسبوق من هذه الصحيفة بالذات وما لها من مسلك محايد .

٥ — تحرك البعثة الدبلوماسية للفاتيكان فى القدس بقصد تحذير حكومة إسرائيل من العدوان على المقدسات الدينية .

٦ — تقديم شكوى شفهية على لسان أبا إيبان وزير خارجية إسرائيل إلى الدكتور جونار يارنج مبعوث الأمم المتحـــدة فى النزاع العربى الإسرائيلى ، وكان موضوع هذه الشكوى ارتفاع الأصوات المؤيدة إعلامياً للعرب على الأصوات المؤيدة لإسرائيل .

٧ — ظهور مجلة إنجليزية جديدة باسم مجلة «الشرق الأوسط» ومقرها لندن وسياستها معارضة الصحف المؤيدة لإسرائيل .

٨ — تنظيم أسابيع مشتركة فى عدد غير قليل من دول أوربا لوسائل الإعلام ، كالسينما والإذاعة وما فى هذه الأسابيع المشتركة من دعوة للحق العربى بطريق مباشر أو غير مباشر .

٩ — ظهور أصوات ، ولو قليلة ، من داخل إسرائيل ، تعارض ، لأول مرة ، مخططات يونيو سنة ١٩٦٧ .

١٠ — إيفاد مندوب على مستوى كبير من جهاز الإعلام فى الأمم المتحدة إلى مصر لإجراء تفاهم على المستوى الفنى مع أجهزة الإعلام العربى .

حصيلة الوثيقة الإعلامية الجديدة

ماذا تدل عليه هذه الظواهر الجديدة من الناحية الإعلامية ؟

أنها تدل على ما يأتى :

* أن الإعلام ، ككل شىء فى الوجود الفكرى للإنسان ، يعتمد على الكيف أكثر من اعتماده على الكم .

* أن الإعلام القائم على الأصالة ، وإن قل حجمه ، يمكن أن يقوى على الإعلام القائم على التزييف وإن كبر حجمه .

* إن جهود سنوات قليلة بمتابعة وإخلاص يمكن أن تكون شيئاً يقف على قدميه إزاء جهود أخرى عمرها أجيال وقرون .

* أن شعار « الإعلام الصهيونى الذى لا يقهر » شعار خرج عن دائرة الحقيقة العلمية إلى دائرة اللاحقيقة .

٨ - إعلام له تاريخ

منذ فجر الاسلام

كان الطريق شاقاً أمام الإعلام العربى كطريق الحرب سواء بسواء.. لكن نكسة يونيو سنة ١٩٦٧ قد جعلت العرب يجددون قواهم فى ثلاثة ميادين : ميدان الحرب ، وميدان الدبلوماسية . وميدان الإعلام ، وقد أثبتت الأحداث منذ يونيو سنة ١٩٦٧ حتى الآن أن الحركات العربية فى ميدان الإعلام كانت أسرع وأفعل من غيرها .

كانت مواجهة الإعلام العربى للإعلام الصهيونى فى هذه الفترة مواجهة مقاتل لقلعة ، لكن هذا المقاتل ، الذى يمثل الإعلام العربى ، قد استطاع فى وقت قصير أن يفتح فى جدار هذه القلعة ثغرة كبيرة كشفت للعالم كله ماوراء قلعة الإعلام الصهيونى من الأغراض المضللة . . وهكذا استطاع الإعلام العربى فى هذا الوقت القصير أن يفك الكثير من حصار الإعلام الصهيونى له وبقى الكثير أيضاً . . ومن الكثير الباقى من حصار الإعلام الصهيونى للإعلام العربى الزعم بأن الإعلام العربى إعلام طارىء ليس له تاريخ ، وهو زعم يتداعى تلقائياً أمام الحقائق التاريخية بمجرد ظهورها .

إن الإعلام العربى ليس له تاريخ قريب فقط بل إن له تاريخاً قديماً يرجع إلى فجر الدعوة المحمدية التى كان الإعلام من أمجد ظواهرها على النحو الذى سنحاول إجماله فى هذا الحديث .

الاعلام المحمدى

لقد ذكرنا فى حديث « المدخل إلى علم الإعلام » أن الكتب المقدسة كلها تعتبر فى مقدمة الوثائق الإعلامية فى التاريخ .. ولا جدال فى أسبقية القرآن الكريم فى هذا المجال للأسباب الآتية :

* القرآن هو الكتاب المقدس الذى جمع فى العصر الأول للدين الذى يبشر به . فلم يعد هناك أى مجال لمناقشة حول أية شبهة فى تحريفه أو التصرف فى آياته .

* لغة القرآن ، إلى جانب بلاغتها الروحيه كانت أبلغ لغة إعلامية فى أية دعوة دينية .

أ حكام القرآن لم تخل من أحكام إعلامية بحتة .

* الجانب القصصى فى أدب القــرآن كان من أقوى فنون الإعلام قديماً وحديثاً .

لهذا كان من طبيعة الأشياء أن يكون الرسول العظيم الذى نزل عليه هذا الكتاب وبشر به قمة إعلامية ليس لها مثيل .

ونحن حين نتناول بالبحث الإعلام المحمدى كقاعدة فى تاريخ الإعلام العربى لا نتناول بالمقارنة وسائل الإعلام بين بعضها وبعض . . فليس شك أن لكل عصر وسائله وأدواته الإعلامية . . إنما نحن هنا نركز البحث فى الأصول الإعلامية التى أصلها الرسول بوحى من الله . وهى الأصول التى يمكن أن تكون مرجعاً فى القوانين الإعلامية مثل قول القرآن الكريم :

« أدع إلى سبيل ربك بالحكمة والموعظة الحسنة »

« وجادلهم بالتى هى أحسن »

« لكم دينكم ولى دين »

إن هذه الآيات إنما تحدد — علمياً طريق الإعلام المحمدى ... الطريق الذى قطعه محمد رسول الله إلى آخر أبعاده بنجاح وصفته دائرة المعارف البريطانية تحت اسم « محمد » بقولها :

« لقد أنجز الرسول فى عشرين عاماً من حياته ما عجزت عن إنجازه قرون من جهود المصلحين اليهود والنصارى رغم السلطة الزمنية التى كانت تساعد جهودهم ، وبرغم أنه كان أمام الرسول تراث أجيال من الوثنية والجهل والخرافات والبغاء والربا والقمار وشرب الخمر واضطهاد الضعفاء وكثرة الحروب بين القبائل ومئات من شرور أخرى » .

وأول ما يتبادر إلى الذهن أن السلاح الذى استخدمه الرسول فى هذه المنجزات ، بعد القوى الروحية التى اختصه الله بها ، هو سلاح الإعلام .

إن الطريقة التى استخدم بها محمد رسول الله هـــذا السلاح جديرة بالدراسة والتزود منها على مستوى التطور فى وسائل وأدوات الإعلام الحديث .

وتتلخص دراستنا لأسلوب النبى الإعلامى فيما يلى :

. أن محمداً حين بدأ مخطط النشر لدعوته الإسلامية صعد إلى جبل الصفا ، ونادى بأعلى صوته : « يا معشر قريش » . وما زال يكرر النداء حتى اجتمع الناس تحت هذا المنبر الطبيعى ، فأنشأ معهم حواراً حول أوضاع المجتمع وما فى رسالته من سبل لإصلاحه .

• الدعوة إلى الصلاة بالأذان[١] ، و « الأذان » الذى شرعه النبى ، بمشاورة أصحابه ، كان تطويراً محمدياً لوسيلة الإعلام القديمة مما كان يعرف باسم « المناداة » . . ولا نحسب أن هناك وسيلة إعلامية تجب الإعلام بطريقة « الأذان » حيث يوجد الآن عشرات الألوف من المساجد التى يؤذن من فوق مآذنها عشرات الألوف من المؤذنين خمس مرات كل يوم فى مواقيت دقيقة الاختيار .

• صلاة الجمعة وما فى أركانها من الخطبة ، والخطبة كانت وستكون دائماً من وسائل الإعلام التى لا تنقضى .

• أن النبى قد ابتدع بعرض نفسه ورسالته على القبائل طريقة إعلامية ما تزال معترفاً بها .

• أن الرسول كان يوفد البعوث الإعلامية برسائله إلى الملوك والأمراء وكان شعار الكتب التى يحملها المبعوثون إلى أولئك القادة هو « إسلم تسلم » وهو من أحكم شعارات الدعوة إلى السلام .

• أن بعثة من بعوث النبى قد تلاقت عند نجاشى الحبشة ببعثة من خصوم الدعوة المحمدية ، فأثاروا مع الآخرين جدلا انتهى بنجاح البعثة المحمدية وفشل البعثة المضادة فى تحقيق أغراضها .

• أن محمداً كان يشجع قدوم الوفود الأجنبية إليه ، فإذا قدمت أعد لهم فرقة إعلامية من أنبغ الخطباء والشعراء .

• أن هجرة النبى من مكة إلى المدينة كانت مصحوبة بما نسميه الآن « التكتيك » الإعلامى الذى أدى إلى استقبال أهل المدينة لمحمد استقبالا

---

(١) كتاب الإعلام فى صدر الإسلام .

اعتبر من خطى النصر للدعوة المحمدية حتى لقد سمى أهل المدينة باسم « الأنصار » .

الإعلام المحمدى فى الحرب

والآن ننتقل من خطة النبى الإعلامية على المستوى الاجتماعى إلى خطته الإعلامية فى حالة الحرب . فنجد فيها اللمحات الإعلامية التالية :

• أن النبى قد جهز جيشه ، لأول مرة . بفرقة إعلامية لاستطلاع أنباء العدو ، وقد بدأ تجهيز هذه الفرقة بحديث نبوى يعتبر من بدائع الحركة الاعلامية ، وفى هذا الحديث يقول رسول الله : « ألا من رجل يأتينى بخبر القوم . فيجعله الله معى يوم القيامة » .

• فى موقعة حنين حينما ولى جند النبى الأدبار فى لحظة اضطراب — إذا بمحمد ينزل إلى وسط ميدان المعركة بنفسه وينادى بأعلى صوته : « أنا النبى لا كذب .. أنا ابن عبد المطلب » .

وقد أدت هذه الحركة ذات الطابع الإعلامى إلى نتيجتين : إلقاء الرعب فى قلوب الأعداء . وبث الطمأنينة فى قلوب جنده فعادوا إلى الميدان وأجهزوا على أعدائهم .

• عمد النبى محمد منذ أربعة عشر قرناً إلى وسيلة من أحدث وسائل الإعلام فى الحروب ، وهى التفاف المنشدين والمنشدات لأهازيج النصر حول الجنود المقاتلين فى موقعة بدر فامتلأت قلوب المقاتلين المحمديين عزماً جماهم ، وهم لا يتجاوزون ٣١٣ رجلا ، ينتصرون على جيش قريش المؤلف من ألف رجل ..

وأخيراً روى مسلم والترمذى عن النبى حديثاً يعتبر من عيون « التكتيك » الإعلامى فى الحرب .

وهذا الحديث هو « الكذب كله على ابن آدم حرام إلا فى ثلاث خصال : رجل كذب على امرأته ليرضيها ، ورجل كذب فى الحرب فإن الحرب خدعة ، ورجل كذب بين مسلمين ليصلح بينهما » .

الإعلام المحمدى فى الدبلوماسية

ولا نستطيع أن ننتهى من دراسة الإعلام المحمدى قبل أن نشير إلى إعلامه على المستوى الدبلوماسى ، والكلام عن « دبلوماسية » الرسول كلام يحتاج إلى كثير من المحاذرة لمكانته الروحية التاريخية التى خصه الله بها .. إلا أن هناك مثلا واحداً على الأقل يمكن إبرازه فى الإعلام الدبلوماسى على عهد الرسول . . وهذا المثل هو تخطيطه الإعلامى الرائع فى مواجهة الدعايات اليهودية فى المدينة ، وهو التخطيط الذى أدى إلى إبرام أول معاهدة فى التاريخ بين المسلمين واليهود . . وكيف استطاع النبى بقوة إعلامه أن يصوغ هذه المعاهدة صياغة تنتهى الى إقرار مبادىء التعايش السلمى بين الفريقين على النحو الذى يعتبر حتى الآن هدف مشروعات الحلول السلمية فى معركة فلسطين .

* * *

من هذا كله نستطيع أن نقرر أن الإعلام العربى إعلام له تاريخ قديم ، وأنه لم يبدأ من فراغ كما قد يظن الذين لم يعطوا دراسة هذا الإعلام حقها .

٩ - تاريخ الإعلام العربى

بين فترات القوة والضعف

يعتبر عصر الخلفاء الراشدين ، من الناحية الإعلامية البحتة ، امتداداً طبيعياً لعصر النبوة . . وقد حدد الخليفة عمر بن الخطاب هذا الامتداد بالقرار الأميرى الذى أصدره بالإلتزام الحرفى بكل ما جاء على لسان رسول الله . . إلا أن هذا العصر يمتاز على سائر عصور الإعلام العربى بأنه عصر تجميع القرآن . . . عصر التخطيط للمحافظة على أكبر وأقدس وثيقة يستمد منها الإعلام العربى أقوى معنوياته ، ونقصد بهذه الوثيقة كتاب الله ، القرآن الذى نزل به الوحى الأمين على رسول الله .

وواضح أن الإعلام العربى فى هذا العصر كان إعلاماً دينياً بالدرجة الأولى ، لكنه إعلام دينى يختلف تماماً عن الإعلام الصهيونى لعدة أسباب :

أولا ـ ان الإعلام الدينى العربى يرجع إلى وثيقة مقدسة غير قابلة للتصرف أوالتحريف أوالتأويل على النحو الذى أحدثه الصهاينة فى الكتب اليهودية المقدسة .

ثانياً ـ أن الإعلام الدينى العربى يقوم على مبادىء التحرير والحرية والإخاء والمساواة ، وهى المبادىء التى قننتها آيات الكتاب تقنيناً صريحاً ، بعكس ما أدخل من الصهاينة على الكتب اليهودية المقدسة .

ثالثاً ـ أن الإعلام الدينى العربى له أهداف أساسية محددة بعكس الإعلام الدينى الصهيونى الذى يرتبط بأغراض الإعلام السياسى .

رابعاً - إن الإعلام الدينى العربى يقوم على حقائق مقررة ، بعكس الإعلام الدينى الصهيونى الذى اعتمد كثيراً على الأسطورة .

على هذه الأركان الأربعة قام الإعلام العربى فى عصر الخلفاء الراشدين دون أن يتحول عنها كثيراً أو قليلا إلا فى أخريات هذا العصر حينما بدأت طلائع الدولة الأموية العربية فى المخاض فى تصادم إعلامى مع آخر جماعة من جماعات الخلفاء الراشدين لاتجاه الدولة العربية الجديدة إلى أسلوب جديد فى الحكم . . وكان قيام الدولة العربية الأموية بداية جديدة لإعلام سياسى عربى . . . لكن هذا الإعلام العربى السياسى لم يستطع ، على طول الزمان فصل الإعلام الدينى عن الإعلام السياسى إلا أخيراً .

ومع هذا فقد ظل الإعلام فى الدولة العربية الجديدة محتفظاً بمضمون الإعلام العربى القديم فى وسائله التى كانت تتلخص فى :

* الخطابة .
* رواية الشعر ومساجلاته .
* المناداة بأشكال جديدة مختلفة .

وقد أضافت الدولة العربية الجديدة إلى وسائل الإعلام العربى القديم وسيلتين :

١ - تنظيم السفارات الإعلامية .

٢ - تنظيم روايات الأخبار .

وقد ظهرت هاتان الوسيلتان الجديدتان فى فتوحات العرب ، وبخاصة فى أوربا ،حيث كان الموقف السياسى يتطلب وجود رواة أخبار متخصصين ورسل إعلام متفرغين .

إعلام العصور الوسطى

ومن الحقائق التاريخية أن سقوط الدولة العربية الكبرى فى العصور الوسطى لم يؤثر فى مضمون الإعلام العربى القديم ، وهى ظاهرة ينفرد بها هذا الإعلام ، إذ ظلت الدعوة إلى كلمة الله ودين الحق مضمون الإعلام العربى السائد بين العرب جميعاً ، ومن حولهم كل المسلمين ، إلى أن أخذت البلاد العربية تتشكل مع الظروف الدولية المعاصرة فى القرن العشرين . . . وكان ذلك لسببين :

الأول ـ إن المسلمين العرب كانوا يرون فى الدعوة الإعلامية لدينهم صخرة النجاة من النكسات التى تصيبهم .

الثانى ـ قيام الدولة الإسلامية العثمانية بعد سقوط الدولة الاسلامية العربية ، واحتواء الدولة الاسلامية الجديدة للعرب .

غير أن السبب الثانى من هذين السببين كان هو طريق الإنطلاق إلى الإعلام العربى المستقل الجديد فى أعقاب سقوط الدولة العثمانية مع بدايات القرن العشرين .

وقبل أن ننتقل إلى مرحلة إستقلال الإعلام العربى الجديد ينبغى أن نلقى نظرة على مؤشرات الإعلام الإسلامى الذى ظل يتابع كل تحركات الإعلام السياسى عند العرب الى فجر القرن العشرين . . . ويلتقط من هذه التحركات على سبيل المثال ، مضمون الإعلام عند داعية وطنى كبير هو الزعيم المصرى مصطفى كامل .

لقد أنشأ مصطفى كامل صحفاً عربية وأفرنجية بين ١٩٠٠ — ١٩٠٨ لدعوته الوطنية . لكنه فى نفس الوقت قد أنشأ مجلة إسلامية كبرى هى

مجلة « العالم الإسلامى » فأعطى بذلك طابع العصر للإعلام . . . وهذا الطابع واضح فى أن مصطفى كامل الذى كان يطالب باستقلال مصر وخروج الإحتلال البريطانى منها كان فى نفس الوقت يؤكد الانتماء المصرى خاصة والعربى عامة إلى الدولة العثمانية ...لقد كان مثل هذاالموقف مفهوماً من رجال الدين، أما من شاب حديث أتم ثقافته فى فرنسا ـ فقد كان هذا الموقف منه دليلا من الأدلة التجريبية البحتة على أن مضمون الإعلام العربى قد ظل إلى هذا العهد مضموناً دينياً إلى جانب مضمونه السياسى .

الاعلام على مستوى القومية

ولم يكن المضمون الدينى للإعلام العربى شيئاً غير مرغوب فيه . . . بل على العكس كان ضرورة فى مواجهة الإعلام الدينى الصهيونى لو أحسن إستخدامه . . . لكن مقتضيات الظروف السياسية التى أطاحت بالعالم العربى كانت تتطلب إلى جانب هذا الإعلام إعلاماً « قومياً » بحتاً يقاوم مزاعم القومية اليهودية . . . وهو الأمر الذى تنبه إليه الداعية السورى عبد الرحمن الكواكبى الذى نشأ فى حلب سنة ١٨٥٤ .

كان الكواكبى أول داعية فى العصر الحديث لكى تسترد القومية العربية أبعادها الخاصة . وقد رتب هذه الدعوة على ما كانت الدولة العثمانية فى أواخر عهودها تسوم به بعض العرب . . . وهو الأمر الذى يبدو واضحاً فى كتابه « طبائع الاستبداد » الذى يشبهه مؤرخو الأدب العربى بكتاب « العقد الاجتماعى » الذى أصدره المفكر الفرنسى جوستاف ليبون من قبل واعتبر وثيقة من وثائق الإعلام العصرى الأوربى فى حينه .

وهذا الاتجاه يبدو واضحاً فى إنضمام عبد الرحمن الكواكبى إلى أسرة تحرير جريدة المؤيد المصرية فى خاتمة القرن التاسع عشر وتخصصه فى هذه الدعوة على صفحات هذه الجريدة المصرية فضلا عما كان ينشره فى

هذا الاتجاه فى جريدة «الشهباء» التى كان هو منشئها ومحررها بمدينة حلب.

وليس من شك أن الثورة العربية التى ظهرت فى مقدمات القرن العشرين، وبخاصة فى سورية ولبنان، بقصد التخلص من الطغيان العثمانى قد تأثرت الى حد كبير بفكر الكواكبى.

وهنا ينبغى أن نذكر أثر ثورة سنة ١٩١٩ فى مصر على إبراز الطابع السياسى فى الإعلام العربى دون الطابع الدينى وحده . . . فقد ضم سعد زغلول زعيم هذه الثورة الأقباط المسيحيين الى مراكز القيادة فى الثورة، وكانت له فى هذا الاتجاه كلمة مأثورة هى :

« لا تقل قبطى ومسلم — قل مصرى »

بين الاعلام الداخلى والخارجى

على أننا نلاحظ على إستقلال الإعلام العربى سياسياً عن المضامين الدينية البحتة - أنه قد جاء فى ظروف دولية مضادة للوحدة العربية . . . وقد استغل الإعلام المضاد هذه الظروف لتفتيت الإعلام العربى على غرار تفتيت أراضى الوطن العربى الواحد . . . وكانت نتيجة ذلك أن الإعلام العربى فى هذه المرحلة قد ركز على الاهتمامات الداخلية فى كل الأقاليم العربية أكثر من الاهتمامات الوحدوية والخارجية .

ونحن نستطيع أن نحدد هذه المرحلة بالفترة بين سنة ١٩٢٢، سنة سياسة الاتفاقات التى فرضت على البلاد العربية سواء من المحيط الخارجى الدولى أو من جانب الدول الكبرى، دول الاستعمار، الى سنة ١٩٤٧ .

وكذلك نستطيع أن نعتبر سنة ١٩٤٧ سنة الانطلاق بالإعلام العربى

الى المجال الخارجي والى مشارف الفكر العربي الوحدوى الجديد نتيجة لسببين :

الأول — انتقال قضية فلسطين الى المحافل الدولية .

الثانى — عرض النزاع المصرى البريطانى على المنظمة الدولية .

لقد فتح هذان السببان الطريق أمام الإعلام العربى لكى يتخطى الحدود الداخلية الى الحدود الخارجية وأن يتطور مع الأيام ومقتضياتها الى ما نحن فيه الآن .

١٠ – الاعلام الفلسطيني

كانت المواجهة بين الإعلام العربي وبين الإعلام الصهيوني تدور فيما تدور دائماً حول الأطماع، من الجانب الصهيوني، واسترداد الحق المضاع، من الجانب العربي، أي أن هذه المواجهة كانت تدور قبل أي شيء آخر حول فلسطين. فأين يكون موقف فلسطين بالذات من هذه المواجهة؟

هذا ما لم تصل اليه الأبحاث الإعلامية حتى الآن على اعتبار أن الإعلام العربي وحدة واحدة في النهاية. لكن الظروف التي جدت على الإعلام العربي مع الحركات العربية في مختلف الاتجاهات لابد أن تلفت النظر إلى قيام إعلام عربي جديد، هو الإعلام الفلسطيني الوليد، الذي يحتم على الباحث الإعلامي أن يسجل آثاره، وهذا ما سنحاوله في هذه التتمة للحديث عن الإعلام العربي والإعلام الصهيوني والصراع بينهما.

طبيعة الاعلام الفلسطيني

إننا إذا أخذنا بطريقة البحث المقارن بين الإعلامين المتصارعين، وإذا قررنا أن الإعلام الإسرائيلي، ليس إلا جزءاً من الإعلام «الصهيوني» كذلك فإننا نجد أننا أمام الحقيقة المقابلة، وهي أن الإعلام «الفلسطيني» ليس إلا جزءاً من الإعلام العربي. أما في التخصيص فإن لكل جزء تاريخه، وتاريخ الإعلام الفلسطيني ليس إلا صورة مطابقة للكيان الفلسطيني نفسه.

كانت فلسطين إلى ما قبل الحرب العالمية الأولى جزءاً من الدولة «العلية» ثم صارت جزءاً من الثورة العربية التي ظهرت طلائعها في مرحلة الحرب العالمية الأولى... وفي هذه المرحلة لم يكن من طبيعة الأشياء أن

يوجد إعلام فلسطيني قائم بذاته . إنما كان الإعلام الفلسطيني فى هذه المرحلة عضواً فى شركة الثورة العربية الشاملة على الأوضاع القديمة بحيث لا يمكن هنا تحديد طابع مميز لإعلام عربي عن الآخر .

ثم جاءت المرحلة التالية بعد تقسيم العالم العربي الذى تم بقرارات مؤتمر الصلح لحساب دول حلفاء الغرب التى انتصرت فى هذه الحرب .. وفى هذه المرحلة بدت ملامح الإعلام الفلسطيني تظهر تدريجياً حتى أخذت الشكل المميز لها عن طريق الصحافة الفلسطينية الجديدة التى اشتركت فى قيادة الثورة الفلسطينية الأولى سنة ١٩٢٩ . ومن الواضح أن المفاهيم الإعلامية الفلسطينية فى هذه المرحلة كانت تغلب عليها النزعة الدينية الإسلامية للظرف الخاص الذى وضعت فيه فلسطين فى مواجهة الزحف الصهيونى القائم على أشكال دينية يهودية .

وفى هذه المرحلة بدت آثار الإعلام الفلسطينى تظهر فى تشكيل وفود الدعاة لقضية فلسطين . لقد كانت هذه الوفود ذات طابع إسلامى فى الدرجة الأولى . كان القادة فى هذه الوفود أغلبهم من رجال الدين الإسلامى فى فلسطين ، وكان يشترك معهم على قدم المساواة قادة مسلمون من البلاد العربية الأخرى . ونخص منهم بالذكر السياسى المصرى محمد على علوبه « باشـــا » والسياسيان الهنديان المسلمان الأخوان محمد على وشوكت على .

ونجح الإعلام الفلسطينى بهذه المفاهيم يومئذ نجاحا كبيراً كان مظاهره الأكبر فى انعقاد المؤتمر الإسلامى بالقدس . وهو المؤتمر الذى هز بإعلامه المحافل الدولية ، فاذا بعصبة الأمم توفد إلى القدس لجنة دولية للتحكيم

بين العرب واليهود ، وإذا بهذه اللجنة ،على ضوء الحقائق التى عاون الإعلام الفلسطينى على إبرازها ، تصدر قرارها لصالح العرب فى سنة ١٩٣٠ .

أعلام سنة ١٩٣٦

لقد كان صدور هذا القرار أول نصر الإعلام الفلسطينى . . لكن «التكتيك» السياسى الاستعمار الشريك للصهيونية فى مقاومة الكيان الفلسطينى العربى قد انتهى بهذا القرار إلى أن يغدو مجرد حركة تهدئة للثورة الفلسطينية الأولى .

وتنبه الجيل الفلسطينى الجديد إلى هذه الحركة فقام بثورته الثانية العارمة فى سنة ١٩٣٦ . متجاوباً فى هذه الثورة مع ثورة شباب مصر على أساليب الاستعمار فى سنة ١٩٣٥ . وهو التجاوب الذى التقط الإعلام الفلسطينى خيوطه وأخذ مساراً جديداً له وجهان :

الوجه الأول : مشاركة فريق من رجال الصحافة الفلسطينية فى تحرير صحف البلاد العربية الأخرى مشاركة أبرزت الموقف الفلسطينى على صفحات هذه الصحف .

الوجه الثانى : استقدام بعض شباب الصحفيين من مصر للمشاركة فى تحرير بعض الصحف الفلسطينية . وكانت هذه أول مرة فى تاريخ الصحافة العربية يخرج فيها صحفيون مصريون للعمل العربى المشترك فى صحف خارج بلادهم .

الاعلام وبيع الأراضى

فى هذه المرحلة أرادت الصهيونية أن تقوم بحركة التفاف من نوع جديد يثبت أقدامها على أرض فلسطين ، وهى الحركة التى كانت تتمثل فى

انتشار سماسرة الأرض لشراء الأراضى الزراعية من عرب فلسطين لحساب اليهود . وقام الإعلام الصهيونى فى هذه الحركة بنصيب واسع النطاق ليصور للعالم فى الداخل والخارج أن الصهيونية إنما تشترى الأراضى الفلسطينية بمالها وبرضاء أصحابها .

وهنا قام الإعلام الفلسطينى بحركة مضادة ناجحة أثبتت ما يأتى :

* أن الأراضى المنزرعة التى استطاع اليهود شراءها لم تتجاوز ٤ فى المائة من مجموع مساحة الأراضى المنزرعة فى فلسطين .

* أن أصحاب الأراضى المباعة كانوا من طبقة الإقطاعيين .

* أن الإقطاعيين الذين باعوا أراضيهم لسماسرة اليهود كانوا مجموعة من الأسر ليس أغلبها من العنصر الفلسطينى الخالص ، بل من العناصر التى لا يعنيها ، من الناحية الشخصية البحتة ، أن يكون لها مقام فى فلسطين .

وفى هذه الأثناء استخدم الإعلام الفلسطينى كل أسلحته ، ومنها الشعر ، فظهرت من جانب شعراء فلسطين حركة تعبئة ضد بيع الأراضى نذكر منها ، على سبيل المثال ، قصيدة الشاعر الفلسطينى ابراهيم طوقان التى يقول فيها :

يا بائع الأرض لم تحفل بعاقبة
ولا تعلمت أن الخصم خداع

لقد جنيت على الاحفاد يالهفى
وهم عبيد وخدام وأشياع

وغرك الذهب اللماع تحرزه
إن السراب كما تدريه لماع

فكر بموتك فى أرض نشأت بها
واترك لقبرك أرضاً طولها باع

الاعلام الفلسطينى فى المرحلة الجديدة

كانت هذه مرحلة من مراحل الإعلام الفلسطينى تلتها مرحلة أخرى فى أعقاب قيام إسرائيل ما تزال تحقق طابعها الجديد ، حتى استوى هذا الطابع العصرى للاعلام الفلسطينى بظهور الكيان الفلسطينى الجديد فى حركة المقاومة ابتداء من سنة ١٩٦٥ . وفى هذه المرحلة تخطى الإعلام الفلسطينى الوليد الجديد أساليب الإعلام القديمة إلى الأساليب العصرية . فظهرت حركة إعلام فلسطينية جديدة نابعة من حركة المقاومة معتمدة على ما يأتى :

* إنشاء إذاعات فلسطينية خاصة فى مختلف المؤسسات الإذاعية العربية .
* إيفاد البعوث الإعلامية الفلسطينية التى تجوب العالم كله .
* إنشاء دار لنشر المطبوعات التى يمكن أن تعنون بعنوان « إعرف عدوك » وإخراجها إخراجاً عصرياً بمختلف اللغات .

إننا نقف وقفة دراسية إزاء الوسيلة الأخيرة من وسائل الإعلام الفلسطينى ، وسيلة نشر المطبوعات التى تكشف خبايا العدو . فنجد فيها حركة إعلامية جديدة قائمة على أسس علمية ذات أثر فعال ، بصورة أو بأخرى . فى دراسة مراكز الضعف والقوة عند العدو ، وقد أفادت هذه المطبوعات كثيراً فى تزويد المشتغلين بالإعلام العربى سواء على المستوى الرسمى أو المستوى الشعبى بمعلومات لا بد منها فى المواجهة الإعلامية .

• •

إننا إذا جمعنا كل هذه الجوانب الإعلامية العربية بعضها إلى بعض وما أسفر وما سيسفر عنها مستقبلا لخرجنا بحقيقة واقعة هى أن النظرة العلمية إلى الإعلام العربى تبدو الآن أوسع من النظرة العلمية إلى الإعلام الصهيونى .

خلاصة البحث

١ ــ المدخل فى علم الإعلام :

* اصطلح علماء الإعلام على تسمية هذا العلم باسم « علم الاتصالات الإنسانية » .

* وظيفة هذا العلم : الاتصال الفكرى بالجماهير . . الإقناع . . العلاقات العامة .

* عصور الإعلام هى :

١ ــ عصر الرمز

٢ ــ « الحفر

٣ ــ « الإعلام الفردى

٤ ــ « « الجماعى

٥ ــ « الصحافة ومشتقاتها

* رسائل الإعلام وتكوين الرأى العام هى : الإرسال . الاستقبال . أدوات الإتصال بين الإرسال والاستقبال .

* أدوات الإعلام القديمة هى :

١ ــ الإعلام بإشعال النار

٢ ــ « بدق الطبول

٣ ــ « بالنقش على الحجر

٤ ـ الإعلام بورق البردى

٥ ـ « بالنداء الصوتى

* وسائل الإعلام الحديثة هى :

١ ـ الخطابة ومشتقاتها

٢ ـ المسرح ومشتقاته

٣ ـ الطباعة

٤ ـ الإشاعة

٥ ـ الإذاعة

* الوظائف الإعلامية التقليدية هى :

١ ـ الخطيب

٢ ـ الكاتب

٣ ـ الصحفى

٤ ـ الملحق الصحفى

٥ ـ المذيع

٦ ـ موظف العلاقات العامة

∴

٢ ـ <u>الإعلام الصهيونى وأساليبه القديمة :</u>

* الإعلام الإسرائيلى جزء من الإعلام الصهيونى .

* الإعلام الصهيونى شريك الإعلام الغربى .

* وسائله الظاهرة هى :

١ - ملكية المؤسسات الإعلامية

٢ - السيطرة على القوى البشرية فى أجهزة الإعلام

٣ - « على مصادر التمويل الإعلامى

* وسائله المستترة هى العمل على الاحتكار فى المجالات الآتية .

١ - صناعة الأفلام الخام

٢ - « ورق الصحف

٣ - « أحبار الطباعة

٤ - هندسة آلات الطباعة

* أقسام الإعلام الصهيونى هى :

١ - الإعلام الدينى

٢ - « النفسى المقنع

٣ - « « السافر

٤ - « السياسى

٥ - « الاقتصادى

٣ - جوانب الإعلام الصهيونى :

* للاعلام الصهيونى أهداف تقليدية بعضها مقنع و بعضها سافر ، وهى تتلخص فيما يأتى :

١ - الزعم بأن اليهود هم أصل الحضارة

٢ - الزعم بأن اليهود هم أهل الكفاية

٣ - الزعم بأن اليهود هم الرواد الأوائل فى العلوم

٤ - الزعم بأن اليهود هم الرواد الأوائل فى الاقتصاد

٥ - تشكيك غير اليهود فى معتقداتهم

٦ - احتواء عواطف العالم المسيحى

٧ - الحلول محل الاستعمار

٨ - البقاء اليهودى على أساس قومى

٩ - قيام إسرائيل

١٠ - الهجوم من إسرائيل على القومية العربية

٤ - الإعلام الصهيونى وأساليبه الحديثة :

* تسخير النظريات النفسية لصالح الصهيونية

* الترويج لنظريات نفسية معينة بقصد تفتيت القيم لدى الآخرين

* احتواء بعض النظريات وبعض الشخصيات العلمية والفلسفية لاستخدامها فى قلب نظام الفكر فى العالم

* خلق نظريات اجتماعية متطرفة بقصد تبرير سياسة الصهيونية العدوانية

٥ - الأسلوب العاطفى والأسلوب المادى للاعلام الصهيونى :

* الاعتماد على القصص التى تحبذ التطرف الجنسى وتمجد البطولات العدوانية

* الدعاية لحركات الشباب التى تبرر الانحراف

* الدفاع المستتر عن الجرائم التى ترتكب ضد النظام الاجتماعى
* إقحام السياسة المصرفية على سياسة الدول
* استخدام الديون كوسيلة للتحكم السياسى
* خلق تعريفات اقتصادية كاذبة بقصد احتواء الأفكار فى الدول النامية

. . .

٦ ــ الإعلام العربى والمؤامرة التى واجهته :

* فرض الحصار عن طريق الاستعمار على الإعلام العربى فى الداخل والخارج بمساعدة الصهيونية
* حجب الحقائق عن العرب وحجب حقائق العرب عن العالم الخارجى
* النقص فى الإعلام العربى من ناحية الإعلام الخارجى
* النقص فى وسائل التحليل الإعلامى
* خطأ الاعتماد على الإعلانات بدلا من تنظيم العلاقات العامة فى الماضى
* خطأ عدم التركيز على تصحيح بعض المعتقدات المسيحية بواسطة رجال الدين فى مواجهة الإعلام الدينى الصهيونى
* مقاومة الأخطاء السابقة كما تبدو من :

١ ـ تحركات الداعية المصرى مصطفى كامل
٢ ـ « « السورى عبد الرحمن الكواكبى
٣ ـ الاعتماد الحديث على المؤتمرات الصحفية

. . .

٧ ـ الإعلام العربى الحديث وتجربة الخطأ والصواب :

* الإذاعة الموجهة بأربع وثلاثين لغة من القاهرة
* التحركات الصحفية العربية فى الخارج
* دعم شباب البعوث العلمية بالمعلومات
* تحركات المجلس الأعلى للشئون الإسلامية
* تحركات مكاتب جامعة الدول العربية
* إدخال دراسة الإعلام فى معهد الدراسات العربية
* إنشاء معهد للاعلام بجامعة القاهرة
* ظهور آثار هذه النهضة العربية الاعلامية فى الخارج على النحو الآتى :

١ ـ زيادة عدد الأصوات المؤيدة للعرب

٢ ـ ميل ميزان الصحافة العالمية لصالح العرب

٣ ـ اهتمام الفاتيكان بمقدسات القدس وحقوق العرب وسلام الشرق الاوسط

٤ ـ شكوى إسرائيل من ارتفاع صوت العرب

٥ ـ تنظيم أسابيع إعلامية عربية مشتركة فى الخارج واشتراك الاجانب فيها

٦ ـ اهتمام الأمم المتحدة بدراسة الإعلام العربى

٧ ـ ظهور أصوات من إسرائيل تعارض سياستها

∴

٨ — إعلام له تاريخ منذ فجر الاسلام :

* القرآن كأقوى وأقدس وثيقة إعلامية عربية

. اعتماد النبي محمد فى دعوته على أساليب إعلامية مثالية

. وسائل الاعلام المحمدى العامة : الآذان . الحوار المفتوح . إيفاد البعوث . استقبال الوافدين .

. من وسائل الإعلام المحمدى فى الحرب : تشكيل فرق الاستعلامات. تشكيل فرق الإنشاد

. من وسائل الاعلام المحمدى فى الدبلوماسية : عقد معاهدة السلام بين المسلمين واليهود فى المدينة .

٩ — تاريخ الإعلام العربى بين فترات الضعف والقوة :

. مسيرة الإعلام فى عصر الخلفاء الراشدين على ضوء الإعلام النبوى.

. الإعلام فى الدولة العربية الجديدة وتنظيمه لأعمال « رواة الأخبار» ومساجلات الشعراء

. إعادة تنظيم الإعلام الدينى بعد سقوط الدولة العربية

. اختلاط الدعوة الإسلامية بالدعوة القومية إلى أواخر القرن التاسع عشر ومقدمات القرن العشرين

. ظهور الدعوة لاستعادة كيان القومية العربية

. انحصار الإعلام العربى فى الداخل خلال فترات مقاومة الاستعمار

. اتجاه الإعلام العربى إلى الخارج بظهور قضية فلسطين

١٠ ــ الإعلام الفلسطينى :

• فرع جديد من فروع الإعلام العربى يستحق الدراسة

• الإعلام الفلسطينى فى مواجهة الإعلام الاسرائيلى

• اندماج الاعلام الفلسطينى فى الإعلام الاسلامى . ثم اندماجه فى الإعلام العربى العام

• ظهور إعلام فلسطينى مستقل منذ سنة ١٩٢٩

• أثر الإعلام الفلسطينى فى المؤتمر الاسلامى بالقدس ولجنة التحكيم الدولية سنة ١٩٣٠ .

• الإعلام الفلسطينى وراء ثورة سنة ١٩٣٦

• « « وراء مقاومة بيع الأراضى

• إقامة إعلام فلسطينى عصرى مع حركة المقاومة ابتداء من سنة ١٩٦٥

المطبعة العالمية ١٦، ١٧ ش ضريح سعد بالقاهرة